

Evidencijski broj / Article ID: 19233462  
Vrsta novine / Frequency: Dnevna  
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska  
Rubrika / Section:



# Etičko povjerenstvo za ISTINITOST OGLAŠAVANJA

**UDRUŽENJE MARKETINGA HGK** najavilo je usvajanje Kodeksa oglašavanja i marketinškog komuniciranja Međunarodne trgovačke komore. Kako su izvijestili, Kodeks između ostalog obuhvaća preporuke za nove tipove digitalnih sadržaja, kao i influencere, blogere, vlogere i ad tech tvrtke, koji se definiraju kao novi sudionici marketinškog ekosustava. Bit će uključeni i dionici odgovorni za pripremu algoritama te oni koji u marketinškoj komunikaciji koriste algoritme.

“Plan je osnovati jednu vrstu etičkog povjerenstva koje bi moglo pratiti poštivanje kodeksa u struci kako bismo mogli odraditi i usvajanje”, rekao je predsjednik Udruženja Božidar Abramović. Istaknuo je i da će posebnu pozornost usmjeriti na zaštitu djece i privatnost potrošača oglašavanjem koje je “pošteno, legalno, pristojno i istinito”. Kodeks je, kako je dodao, u skladu s digitalnom transformacijom i novim tipovima sadržaja. Hrvat-

ski ogranak Međunarodne trgovačke komore, ICC Hrvatska, predstavio je Kodeks struci u listopadu prošle godine na konferenciji u HGK, a u skladu s njime svoj je Kodeks u svibnju ove godine revidirala i Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA).

Osim etičkog povjerenstva za marketing, razgovaralo se i o suradnji Udruženja marketinga HGK i Udruženja za IT HGK u izradi Nacionalnog plana za digitalnu transformaciju gospodarstva, te o izradi smjernica i vodiča za provedbu javne nabave za usluge kao što su one kreativne. Srodna tema bila je i priprema Nacrta prijedloga zakona o autorskom pravu i srodnim pravima, točnije stvaranja autorskog djela u radnom odnosu i opoziva prava iskorištavanja.

Kako su goruće teme i industrije Ministarstva kulture koje su ugrožene korona krizom, nedavno je Zajednica za kreativne i kulturne industrije

**Božidar Abramović,**  
predsjednik  
Udruženja  
marketinga HGK

PO



HGK predstavila nove mjere pomoći u iznosu od 300 milijuna kuna kredita za poduzetnike do maksimalno 800.000 eura uz stopostotno jamstvo Vlade. Industrije obuhvaćaju arhitekturu, audiovizualne umjetnosti – videoigre, baštinu, dizajn, izvedbene umjetnosti, knjigu i nakladništvo, medije te primijenjene i audiovizualne umjetnosti. Abramović je najavio i rad na poboljšanju gledanosti televizija kroz Udrugu mjerenje televizijske gledanosti, a u novi hrvatski tzv. Joint Industry Committee, bit će uključene i sve nacionalne TV kuće. lš