

Zagreb 23. rujna 2024.

Skraćeni zapisnik 68. SJEDNICE SUDA ČASTI HURA-e

Dostavljamo skraćeni zapisnik s 68. sjednice Suda časti HURA-e u održane u ponedjeljak 23. rujna 2024. u online formatu, s početkom u 15:30 sati.

U radu sjednice sudjelovali su Neven Jacmenović (Nivas), Luka Duboković (BBDO Zagreb) i Eva Tetec (Izone) kao stalni članovi Suda časti, te Andrej Tonković (Arbona), Nebojša Grbačić (Cvoke), Roman Turk (DIVISION 4 VISION) i Jurica Vuković (Mater/EUROART93) kao rotirajući članovi Suda časti.

Konstatira se kako postoji potreban broj članova Suda časti za valjani rad (kvorum) te da nema konflikta interesa članova Suda časti.

DNEVNI RED:

1. Prijava građana o nepravilnosti prilikom oglašavanja na internet portalu www.telegram.hr
2. Razno.

Ad 1.

Sukladno upitu građana za utvrđivanje mogućeg kršenja Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja HURA-e, od strane **Telegram media grupa d.o.o.** u obliku *native* oglasa za marketera Frosch na portalu www.telegram.hr, a nakon detaljne diskusije i analize pripadajućih poruka te odredbi Kodeksa, Sud časti HURA-e jednoglasno konstatira i zaključuje kako predmetna poruka **nije u skladu s** odredbama Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja HURA-e i to prema **članku 7. – IDENTIFIKACIJA I TRANSPARENTNOST** koji navodi kako „*Marketinške komunikacije trebale bi se jasno razlikovati kao takve, neovisno o njihovom obliku ili mediju koji se koristi. Kada se u medijima pojavljuje oglas koji sadrži vijesti ili uredničke sadržaje, uključujući i tzv. „prirodno (native) oglašavanje“, oglas treba predstaviti tako da bude lako prepoznatljiv i prema potrebi označen kao takav. Istinska komercijalna svrha marketinških komunikacija mora biti transparentna i ta se svrha ne smije pogrešno prikazivati. Stoga se komunikacija kojom se promiče prodaja proizvoda ne smije prikrivati i prikazivati kao, primjerice, istraživanje tržišta, ankete potrošača, sadržaj koji generiraju korisnici, privatni blogovi, privatna objavljivanja na društvenim medijima ili neovisne kritike*“, te prema **članku 13. – SVJEDOČANSTVA** koji navodi kako „*Sponsorirana priroda izjava ili svjedočanstava trebala bi biti jasno priopćena ako oblik i format priopćenja već nisu shvaćeni kao sponzorirana poruka.*“

Pohvalno je što portal www.telegram.hr svoje određene *native* oglase označava na način koji kod prosječnog konzumenta tržišnog komuniciranja neće uzrokovati zabludu, no to nije slučaj sa svim *native* oglasima, ili *bannerima* koji vode do *native* članaka. Sugestija Suda časti HURA-a je da oglas treba predstaviti na način da bude lako prepoznatljiv i označen kao takav kako bi odmah pri prvom kontaktu korisnika sa sadržajem bila jasna njegova komercijalna nakana. Ujedno, predmetni članak sadrži nevezano svjedočanstvo uz sam oglas koji prosječnog korisnika nedvojbeno može dodatno dovesti u zabludu pri konzumaciji oglasnog sadržaja.

Ad 2.

Sud časti HURA-e još jednom upućuje sve zainteresirane subjekte tržišnog komuniciranja na zadatak i mogućnost Suda časti HURA-e za davanje prethodnog mišljenja. Ujedno, u svrhu samo-regulacije molimo da nam se obrate i u slučaju da i sami uoče poruke tržišnog komuniciranja koje nisu u skladu sa Kodeksom SČ.

hura!

Sjednica je završila u 16:10.

S poštovanjem,
Neven Jacmenović
Predsjednik SČ HURA

Zaključke dostaviti:

- Upravi HURA-e
- na web stranicu HURA-e
- uključenim stranama