

 telegram.hr



Novo poglavlje odgovornog oglašavanja: objavljene smjernice za bolje influencanje

Nacionalnom informativno-edukativnom kampanjom „Važno je znati kad se plati“ predstavljene su **Smjernice za bolje influencanje**, koje se temelje na principima samoregulacije.

Od danas i u praksi

U sklopu kampanje, ambasadore-influencere od danas se potiče da **označavaju svoje plaćene suradnje** prema Smjernicama. Njihove objave nosit će oznake #oglas ili #promo, uz jasne napomene o komercijalnoj suradnji. Dio njih potpisao je i **Deklaraciju o boljem influencanju uz bok tvrtkama, medijima i agencijama**. Deklaracijom potpisnici potvrđuju da vjeruju u influencer marketing koji je „zakonit, pristojan, pošten i istinit“ te se zalažu za promociju Smjernica i načela struke.



„Influencer marketing, kao jedan od najbrže rastućih i najutjecajnijih segmenata digitalne komunikacije, danas ima moć usporedivu s medijima i jednaku odgovornost prema publici. Jasnoća komunikacije nije samo profesionalna obveza već i društveni imperativ. Digitalni prostor oblikuje vrijednosti i povjerenje cijelog društva, a upravo zato etičnost mora biti njegovo pravilo“, ističe **Mario Fraculj**, član Radne skupine **IAB-a Croatia** za (samo)regulaciju influencera.



Smjernice su rezultat zajedničkog rada stručnjaka koji dolaze iz industrije, sveučilišta, medija i civilnog društva, a cilj im je **povećati povjerenje publike i potaknuti odgovorno ponašanje** influencera, oglašivača i agencija.

„Kada influencer otvoreno kaže da je riječ o suradnji, ne gubi autentičnost, već pokazuje poštovanje prema publici i doprinosi etičnijem digitalnom prostoru“, poručuju iz Radne skupine **IAB-a Croatia** za (samo)regulaciju influencera.



Snjermice je izdao **IAB Croatia**, dio međunarodne organizacije Interactive Advertising Bureaua, najutjecajnije globalne organizacije za digitalni marketing, a koji djeluje pod okriljem **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA)**, u partnerstvu s Hrvatskom **udrugom** digitalnih izdavača (HUDI), Europskom komisijom, Hrvatskom **udrugom** za odnose s javnošću (HUOJ) te uz podršku Zaklade Solidarna i Agencije za elektroničke medije.



Radna skupina **IAB-a Croatia** poziva sve dionike tržišta – influencere, brendove, agencije i medije – da potpišu Deklaraciju i počnu primjenjivati Snjermice, dostupne na službenoj web-stranici **IAB Croatia**.