

ps

poslovni-savjetnik.com

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.

Smjernice 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 Smjernice, dostupne na službenoj web-stranici [IAB Croatia](#). PS/SM