



lipadona.com

Influenceri, pažnja! Stigle su nove Smjernice za jasno označavanje plaćenih objava

Vrijeme je da influencer marketing odraste – i to s hashtagom! Kampanja „Važno je znati kad se plati“ donosi nove Smjernice za bolje influenciranje i poziva sve koji žive od sadržaja (ili sadržajem) da jasno označavaju plaćene suradnje. Ukratko – kad suradnja „kapne“, publika to mora znati.

Od sada će objave ambasadora i influencera nositi oznake #oglas ili #promo, a dio njih potpisao je i Deklaraciju o boljem influencanju. Time su, uz oglašivače, medije i agencije, poručili da vjeruju u marketing koji je – kako kažu – „zakonit, pristojan, pošten i istinit“. Ukratko: influenciranje s integritetom, bez skrivanja reklama iza filtera i „random preporuka“.

„Influencer marketing danas ima moć kao mediji – i istu odgovornost. Jasnoća nije samo stvar bontona, već povjerenja“, ističe Mario Fraculj iz Radne skupine **IAB-a Croatia**, koja stoji iza Smjernica.

Smjernice su rezultat suradnje stručnjaka iz industrije, sveučilišta, medija i civilnog društva, a cilj im je jednostavan – vratiti povjerenje publike i podsjetiti da iskrenost (čak i uz #sponzorirano) nikad ne izlazi iz mode.

Kako poručuju iz IAB-a: „Kad influencer otvoreno kaže da je riječ o suradnji, ne gubi autentičnost – naprotiv, pokazuje poštovanje prema publici.“

Smjernice je izdao **IAB Croatia** (u suradnji s **HURA**-om, HUDI-jem, HUOJ-em, Europskom komisijom i Zakladom Solidarna), a dostupne su svima koji žele da njihovo influenciranje bude – bolje, čistije i poštenije.

Drugim riječima: vrijeme je da #oglas postane nova oznaka iskrenosti.