



jutarnji.hr



Jutarnji list - Novi standardi influenciranja

Hrvatska digitalna industrija dobila je nove smjernice za odgovorno, transparentno i profesionalno influenciranje. Pod okriljem **IAB Croatia**, pokrenuta je kampanja „Važno je znati kad se plati“, koja donosi konkretne alate i standarde samoregulacije influencer marketinga.

Cilj inicijative je jasan - publika treba znati kada je sadržaj plaćen, a kada nije.

Zašto nam trebaju novi standardi?

Influencer marketing danas je jedan od najutjecajnijih kanala komunikacije s potrošačima. Njegova snaga leži u **autentičnosti i povjerenju** koje influenceri uživaju među svojim pratiteljima, no upravo ta bliskost nosi i odgovornost; prema publici, brendovima i struci.

Kako bi se osigurala veća transparentnost i zaštita potrošača, **IAB Croatia** je razvio **Smjernice za bolje influenciranje**, dokument koji postavlja temelje za profesionalno i etično ponašanje u influencer marketingu.

Što je plaćeni sadržaj i kako ga definirati

Smjernice za bolje influenciranje nude praktične upute o tome kada i kako označiti plaćeni sadržaj, kako razvijati etične suradnje i kako zaštititi publiku od prikrivenog oglašavanja.

Prema Smjernicama, objave trebaju biti jasno i vidljivo označene ako influencer prima naknadu (novčanu, u robu, usluzi ili putovanju), koristi affiliate linkove ili kodove za popust te ako promovira sadržaj u kojem postoji komercijalni interes.

„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.

Preporučene oznake su **#Oglas**, **#Promo**, **#Plaćeno** ili **#Ad**, dok nejasne formulacije poput “u suradnji s...” ili “omogućio brend” više nisu dovoljne. Pravilo je jednostavno: “**Ako ste u dvojbi - označite.**”

Osim etičkih i praktičnih smjernica, dokument naglašava i važnost zakonitosti, ali i etičnosti sadržaja; posebno u komunikaciji usmjerenoj djeci, mladima i ranjivim skupinama.

Tko stoji iza inicijative?

Kampanju vodi **IAB Croatia**, u suradnji s partnerima i članovima Radne skupine za samoregulaciju. Za razliku od zakonskih propisa, samoregulacija daje industriji priliku da sama postavi pravila koja čuvaju povjerenje publike i osiguravaju fer tržišne uvjete. **IAB Croatia** kroz ovu inicijativu pokazuje da domaća digitalna scena može i želi biti primjer odgovorne prakse.

Autori Smjernica su stručnjaci iz kreativne industrije, među kojima i **Dario Marčac** iz TikTok-first agencije **Crew Media**, čime se potvrđuje aktivna uloga domaćih kreatora i agencija u oblikovanju profesionalnih standarda komunikacije.

Crew Media među zagovornicima transparentnosti

Kao jedan od potpisnika i sudionika u izradi Smjernica, tim kreatora iz **Crew Media** podržava kampanju “**Važno je znati kad se plati**” i promiče principe iskrene, autentične i odgovorne komunikacije između influencera, brendova i publike. Kao najveća zajednica kreatora u Hrvatskoj i regiji, implementirat će glavne ideje ove kampanje, ali ju i proširiti izvan granica Lijepe Naše.

Transparentnost nije samo zakonska obveza - to je temelj povjerenja, dugoročne suradnje i kredibiliteta u digitalnom prostoru.

Samoregulacija ne znači manjak pravila; naprotiv, ona omogućuje industriji da sama stvori okvir koji poštuje zakon, ali ide i korak dalje, čuvajući integritet struke i povjerenje publike. **Smjernice za bolje**

influenciranje predstavljaju primjer kako industrija može preuzeti odgovornost i stvoriti kulturu povjerenja.

Pridružite se inicijativi

IAB Croatia poziva sve influencere, agencije, brendove i medije da podrže kampanju „Važno je znati kad se plati“ i potpišu Deklaraciju o boljem influenciranju, javnu obvezu transparentnog i etičkog djelovanja u digitalnom prostoru.

Potpisivanjem Deklaracije pridružujete se zajednici koja vjeruje u iskrenu i odgovornu komunikaciju, poštene odnose na tržištu, te dugoročno povjerenje publike. Saznajte više i potpišite Deklaraciju [ovdje](#).

Transparentnost kao temelj povjerenja

Kampanja "Važno je znati kad se plati" donosi novi val odgovornosti u influencer marketingu - ne kroz zabrane, već kroz zajedničke standarde.

S transparentnim označavanjem sadržaja, etičnim pristupom i profesionalnim odnosima između influencera, agencija i brendova, hrvatska scena influenciranja dobiva snažan okvir za održivi rast. Jer u digitalnom svijetu koji sve vidi - **važno je znati kad se plati**.