

NOVO POGLAVLJE ODGOVORNOG OGLAŠAVANJA: OBJAVLJENE SMJERNICE ZA BOLJE INFLUENCANJE

*Kampanja „Važno je znati kad se plati“ potiče influencere, oglašivače, medije i
agencije na jasno označavanje plaćenih suradnji*

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](#).

Na raspolaganju za dodatne informacije:

Kristina Gotovac, Communication Manager / Komunikacijski laboratorij