



Europska komisija prepoznala važnost Smjernica za bolje influenciranje

U Europskoj kući održano je službeno predstavljanje **Smjernica za bolje influenciranje**, koje je organizirano u sklopu inicijative [„Važno je znati kada se plati“](#). Događaj je ugostilo Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj, jedan od partnera inicijative, čime je potvrđen značaj transparentnog i odgovornog oglašavanja u digitalnom okruženju.

Predstavnici Europske komisije naglasili su kako je pravilno označavanje plaćenih suradnji i etična komunikacija preduvjet zaštite potrošača od prikrivenog oglašavanja, ali i važan element profesionalizacije influencerske industrije.

Sudionicima se obratila **Andrea Čović Vidović**, zamjenica voditeljice i voditeljica medija u Predstavništvu Komisije, istaknuvši kako je suradnja institucija i tržišta ključna za kvalitetan razvoj digitalnog ekosustava.

„Za etični influencer marketing na europskom digitalnom tržištu ključna je suradnja Europske komisije i tijela zaduženih za zaštitu potrošača u državama članicama. A za bolje razumijevanje europskih zakona važnih za posao influencera, tu je i online Pravni hub Europske komisije – posjetite ga! Smjernice za influenciranje **IAB-a Croatia** i kampanja „Važno je znati kada se plati“ sjajna su nova inicijativa na hrvatskom tržištu, vrijedan poziv iz industrije na transparentno digitalno oglašavanje i važan doprinos zaštiti potrošača u Hrvatskoj.“ – istaknula je Andrea Čović Vidović, zamjenica voditeljice i voditeljica medija u Predstavništvu.



Struka i kreatori sadržaja: Samoregulacija kao prvi korak, ali ne i jedini

Na događanju su sudjelovali i predstavnici industrijskih organizacija i strukovnih udruženja — **Dunja Ivana Ballon** (**HURA!/LAB Croatia**), **Anamaria Todorčić** (HUDI), kao i članovi Radne skupine za (samo)regulaciju: **Sandra Babić** (Lider Media), **Mario Fraculj** (Algebra Bernays), **Kristina Gotovac** (Komunikacijski laboratorij) i **Nikola Vrdoljak** (404).

Razvoj smjernica podržali su i influenceri: **Marko Vuletić**, **Jan Mihaljević**, **Nika Pavičić** i **Tena Sakar Vukić**, koji su sudjelovali u raspravi o izazovima i odgovornostima industrije.

Sudionici su istaknuli kako su [Smjernice](#) vrijedan alat samoregulacije, ali da njihova puna učinkovitost ovisi o širem uključivanju svih aktera — influencera, agencija, brendova, medija i platformi. Naglašeno je da transparentno komuniciranje ne može biti isključiva obveza kreatora sadržaja, već zajednička odgovornost cijelog ekosustava.

“Važno je znati kada se plati”: Kampanja koja promiče odgovornost

[Kampanja](#) potiče jasno označavanje svih komercijalnih suradnji (#oglas, #promo) te odgovorno postupanje prema publici, osobito prema mlađim korisnicima koji često ne prepoznaju plaćeni sadržaj. Dio influencera potpisao je i [Deklaraciju o boljem influencanju](#), obvezujući se na poštenu, transparentnu i etičnu komunikaciju.



Uloga Europske komisije: edukacija i primjena EU pravila

Europska komisija aktivno se uključuje u reguliranje područja influencer marketinga kroz **Influencer Legal Hub**, platformu posvećenu edukaciji o primjeni europskih pravila o zaštiti potrošača.

Prema EU zakonodavstvu, influenceri koji promoviraju ili prodaju proizvode smatraju se trgovcima i moraju se pridržavati istih normi kao i druge tvrtke — od obveze označavanja plaćenih suradnji do poštenog predstavljanja proizvoda, zaštite potrošača i poštovanja prava intelektualnog vlasništva.

Predstavljanje Smjernica okupilo je ključne dionike tržišta, a zajednički zaključak sudionika jest da je transparentnost temelj izgradnje povjerenja u digitalnom prostoru — i da je upravo sada pravi trenutak za profesionalizaciju influencerskog tržišta u Hrvatskoj.