



Europska komisija prepoznala važnost Smjernica za bolje influenciranje

Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj, jedan od partnera inicijative „[Važno je znati kada se plati](#)“, službeno je ugostilo predstavljanje Smjernica za bolje influenciranje u Europskoj kući. Sudionicima se u ime Predstavništva Komisije o europskom digitalnom okruženju i europskim zakonima obratila **Andrea Čović Vidović**, zamjenica voditeljice i voditeljica medija u Predstavništvu

„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.



Izvor: IAB

Na događanju je govorila i Dunja Ivana Ballon, direktorica **HURA/IAB Croatia**, **Anamaria Todorčić** iz HUDI-ja te predstavnici Radne skupine za (samo)regulaciju **Sandra Babić** iz Lider Medija, **Mario Fraculj** iz Algebra Bernaysa, **Kristina Gotovac** iz Komunikacijskog laboratorija, **Nikola Vrdoljak** iz Agencije 404, kao i influenceri **Marko Vuletić**, **Jan Mihaljević**, **Nika Pavičić** i **Tena Sakar Vukić**. Sudionici su se složili da su [Smjernice](#) alat samoregulacije za same influencere, no da njihov stvarni učinak ovisi o širem uključivanju cijele industrije. Naglašeno je da **transparentno i odgovorno komuniciranje** ne može biti obveza samo influencera jer jednako važnu ulogu imaju i brendovi, agencije, mediji te platforme na kojima se sadržaj objavljuje.



Izvor: IAB

Kampanja „**Važno je znati kada se plati**“ promiče potpunu transparentnost: objave komercijalnih suradnji označavaju se #oglas ili #promo, a dio influencera potpisao je **Deklaraciju o boljem influenciranju**, obvezujući se na pošten i odgovoran pristup publici. Cilj je potaknuti transparentno, etično i odgovorno ponašanje influencera, posebno **radi zaštite djece i mladih korisnika** koji često ne prepoznaju plaćeni sadržaj. Komisija aktivno sudjeluje u području influencer marketinga kroz **InfluencerLegal Hub**, platformu edukativnih materijala koja objašnjava kako se **pravila EU o zaštiti potrošača** primjenjuju na influencere. Prema europskom pravu, influenceri koji promoviraju ili prodaju proizvode smatraju se trgovcima i moraju poštovati ista pravila kao i druge tvrtke koje komuniciraju s potrošačima. To uključuje obavezno označavanje plaćenih suradnji, pošteno predstavljanje proizvoda, zaštitu potrošača i poštovanje prava intelektualnog vlasništva.