

Zagreb 15. rujna 2026.

Skraćeni zapisnik 70. SJEDNICE SUDA ČASTI HURA-e

Dostavljamo skraćeni zapisnik s 70. sjednice Suda časti HURA-e u održane u ponedjeljak 15. rujna 2026. u online formatu, s početkom u 16:00 sati.

U radu sjednice sudjelovali su Neven Jacmenović (Nivas) i Maro Pitarević (Real grupa) kao stalni članovi Suda časti, te Manuela Šola (Komunikacijski laboratorij), Alan Divković (Kofein), Ilija Brajković (Kontra digital) i Nataša Cesarec Salopek (IMC agencija) kao rotirajući članovi Suda časti. Luka Duboković (BBDO Zagreb) stalni član Suda časti - ispričan je radi ne mogućnosti sudjelovanja.

Konstatira se kako postoji potreban broj članova Suda časti za valjani rad (kvorum) te da nema konflikta interesa članova Suda časti.

DNEVNI RED:

1. Prijava društva Indeks Promocija d.o.o. zbog povrede Kodeksa o oglašavanju i marketinškoj komunikaciji Međunarodne trgovačke komore (ICC)
2. Razno.

Ad 1.

Sukladno upitu društva Njuškalo d.o.o. za utvrđivanje mogućeg kršenja Kodeksa o oglašavanju i marketinškoj komunikaciji Međunarodne trgovačke komore (ICC), od strane marketera Index Promocija d.o.o. (OIB 37502434016) u obliku velikih reklamnih panoa na području grada Zagreba, a nakon detaljne diskusije i analize pripadajućih poruka te odredbi Kodeksa, Sud časti HURA-e jednoglasno konstatira i zaključuje kako predmetna poruka **nije u skladu s** odredbama Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja HURA-e i to prema idućim člancima Kodeksa: prema **članku 5. – ISTINITOST** koji navodi kako „*Marketinške komunikacije trebaju biti istinite i ne smiju zavaravati.*“, prema **članku 6. – DOKAZIVANJE TVRDNJI** koji kaže kako „*Ako tvrdnja navodi ili podrazumijeva postojanje određene razine ili vrste dokaza, oglašivač mora imati barem tu razinu dokaza kako bi potkrijepio tvrdnju.*“, prema **članku 8 - IDENTITET OGLAŠIVAČA** koji definira kako „*Identitet marketera treba biti jasan*“, te prema **članku 16. – OPONAŠANJE** koji konstatira kako „*Marketinško komuniciranje ne smije oponašati komuniciranje drugih marketera tako da bi mogao navesti na krivi zaključak ili zbuniti potrošača, primjerice putem ukupnoga idejno-likovnog rješenja, teksta, slogana, obrade slike, glazbe ili zvučnih efekata.*“.

Ad 2.

Sud časti HURA-e još jednom upućuje sve zainteresirane subjekte tržišnog komuniciranja na zadatak i mogućnost Suda časti HURA-e za davanje prethodnog mišljenja. Ujedno, u svrhu samo-regulacije molimo da nam se obrate i u slučaju da i sami uoče poruke tržišnog komuniciranja koje nisu u skladu sa Kodeksom SČ.

Sjednica je završila u 16:30.

S poštovanjem,
Neven Jacmenović
Predsjednik Suda časti HURA

Zaključke dostaviti:

- Upravi HURA-e
- na web-stranicu HURA-e
- uključenim stranama.