**Azonnali közlésre!**

**Influencer marketinget is véleményez az ÖRT**

az első tartalmakat a POME küldte nekik

**Az Önszabályozó Reklám Testület megkapta az első, Youtube influencerek által megosztott reklámokat véleményezésre.**

A Lactacyd és a Libresse által támogatott szexuális felvilágosító kampányban a tisztán edukatív tartalmak mellett termékmegjelenítéssel ellátott videók is találhatóak, így az ÖRT-nek számos szempontot kellett figyelembe vennie és átültetni sokévtizedes tapasztalatait az új platformra.

Örömmel üdvözöltük a POME megkeresését. Ez nagyon fontos lépés volt ez az ÖRT életében, hiszen bár a Reklámetikai Kódex hatálya valamennyi médiára, így a digitális tartalomra is kiterjed, mostanra, vagyis 2017-re jutottunk el odáig, hogy az influencerekkel szorosabb kapcsolatot építünk ki. Ennek egyik fontos állomása volt az első hivatalos véleményezésünk, majd az azt követő konzultáció.

A GVH által kiadott útmutató komoly eligazítást jelent, de az ördög a részletekben rejlik, így hát számos részletkérdésre kellett figyelnünk és arról álláspontot kialakítani - fogalmazott Fazekas Ildikó, az ÖRT főtitkára.

Bendl Mátyás a POME ügyvezetője szerint az influencer marketingnek ugyan most alakulnak ki a részletes játékszabályai de korántsem kell tartani ezektől, hiszen az erre hivatott szervezetek –mint például az ÖRT – segítenek ezekben a folyamatokban. Nekünk csak követni kell ezeket és a reklámszakmai munkánkra koncentrálni – hangsúlyozta Bendl Mátyás.

Az első megkeresés azt is mutatja, hogy az ÖRT nyitott az újtípusú kommunikációra. A kérdések pedig újabbakat vetnek fel, amelyekkel kapcsolatban a szakmai egyeztetést is megkezdtük – tette hozzá Fazekas.

További információ:

Fazekas Ildikó főtitkár, ÖRT (+3630/9902301)