



KORAK BLIŽE ZAPADNOEUROPSKIM STANDARDIMA

# Počela izrada smjernica

NACIONALNO TRŽIŠTE POSTALO JE BOGATIJE ZA MNOGO MATERIJALA, SPECIJALIZIRANIH EDUKACIJA, ISTRAŽIVANJA I ANALIZA KOJI ĆE EKSKLUZIVNO BITI DOSTUPNI ZAHVALJUJUĆI IAB-u CROATIJI, DOMAĆOJ PODRUŽNICI GLOBALNE ORGANIZACIJE INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU. POSPREMA SE HRVATSKO TRŽIŠTE (INTERAKTIVNOG) MARKETINGA

**PIŠE VALENTINA STARČEVIĆ**  
 valentina.starcevic@lider.media

**P**otkraj prošle godine licenciju Interactive Advertising Bureaua (IAB), globalne organizacije koja okuplja svjetsko tržište digitalnog marketinga, koje je samo u Europi vrijedno 69 milijardi eura, preuzela je Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA!). Uloga IAB-a na tržištu nije regulatorna, nego stručna i savjetodavna te je iznimno važno za percepciju tržišta u očima zakonodavaca, smatra **Dunja Ivana Ballon**, nova izvršna direktorica IAB-a Croatije.

## Regulativa i edukacija

Nacionalno je tržište postalo bogatije za mnogo materijala, specijaliziranih edukacija, istraživanja i analiza koji će ekskluzivno biti dostupni zahvaljujući IAB-u Croatiji, istaknula je Ballon. Sve duži popis tvrtki članica, kojih je zasad čak 71, govori u prilog tome, prema njezinu mišljenju, da su na dobrom putu. Osim natjecanja 'MIXX', koje je bilo temelj suradnje, IAB je nova prilika za rast tržišta, ocijenila je, koja je već u prvim trenucima pokazala koliko je struka vapila za okupljanjem i ujedinenom komunikacijom.

– Ambicije su nam velike, tim koji radi na IAB-u sjajan, ekipa koja se u IAB-u okuplja je iznad svih očekivanja, a zahtjevne rokove i inicijative pratimo prema planu. Tri su glavne promjene koje iz temelja mijenjaju digital i zahtijevaju posebnu pozornost naše struke. Riječ je o usmjerenju na privatnost, jer se mijenja način konzuma-



cije sadržaja ujedno i putem nezanemarivih promjena u politici preglednika i operativnih sustava platformi te stila života u koronakrizi, koji je dodatno ubrzao već ubrzani razvoj digitalnih sadržaja uz istodoban velik rizik sigurnosti brenda za oglašivače. A tu je i zaoštavanje svjetskih i nacionalnih regulativa zaštite podataka. Jedan od naših prvih koraka od preuzimanja IAB-ove licencije bili su sastanci s hrvatskim europarlamentarcima o budućnosti



# za nativno oglašavanje



**JEDAN OD PRVIH KORAKA NAKON ŠTO JE HURA! PREUZELA IAB-ovu LICENCIJU BILI SU SASTANCI S HRVATSKIM EUROPARLAMENTARCIMA O BUDUĆNOSTI DIGITALNE INDUSTRIJE U KONTEKSTU REGULATIVA KAO ŠTO SU DIGITAL SERVICES ACT (DSA) I DIGITAL MARKETS ACT (DMA)**

digitalne industrije u kontekstu regulativa kao što su Digital Services Act (DSA) i Digital Markets Act (DMA). Uz regulativu, za digitalnu su industriju dubinska edukacija i razmjena znanja, važnih podataka i predviđanje sljedećih koraka ključni zbog ubrzanog razvoja – iznosi Ballon.

## Prvi hrvatski 'online' AdEx

Sada, napomenula je, upravo iščekuju i 'grand finale' višemjesečnog projekta, nacionalnog natjecanja u digitalu 'MIXX Awards Croatia 2022', na HURA-inu festivalu 'Dani komunikacija', koji omogućuje platformu za okupljanje struke te ima širi doseg od struke. Prvi hrvatski *online* AdEx očekuju dovršiti za samo nekoliko tjedana, a omogućit će procjenu podataka za kojima je tržište vapilo posljednje desetljeće, jer će uključivati stručnu procjenu ukupne potrošnje oglašavanja u *onlineu*.

– Započeli smo izradu smjernica za nativno oglašavanje, koje je u posljednjih pet godina u ogromnom porastu, a kojima planiramo na hrvatsko tržište donijeti najbolje prakse, praktične primjere i strane studije slučaja. Intenzivno radimo i to već pokazuje nezamislive pozitivne efekte na tržište, koje kao skupina tvrtki u članstvu svi zajednički potpisujemo. Tržište interaktivnoga marketinga razlikuje se od zemlje do zemlje. Kod nas ono, bez sumnje, ima mnogo prostora za napredak, kao i nevjerojatan potencijal – navela je Ballon.

## Za urednije tržište

Napokon imamo mjesto gdje se možemo povezati sa svima na digitalnom tržištu, naglašava **Rajna Cuculić**, direktorica agencije GroupM Central Europe Zagreb i članica Uprave IAB-a Croatije. Objasnjava da komuniciranjem između agencija, oglašivača, *ad-tech*a i *publisher*a mogu dijeliti i nadopunjavati svoje perspektive u cilju rasta tržišta. Smatra da imaju najbolje umove struke ujedinjene pod IAB-om Croatijom.

– HURA više od 20 godina kvalitetno i uspješno razvija domaću industriju tržišnih komunikacija i to je tržište prepoznalo: imamo stalan priljev novih članova, sve više partnera i suradnika, ali osjećamo da možemo i više. Zato se HURA nametnula kao logičan izbor za preuzimanje IAB-ove licencije, a ambiciozni dugoročni planovi i prvi rezultati dobar su dokaz da se krećemo u pravom smjeru. Naša je uloga na tržištu poticati razvoj interaktivnog i digitalnog marketinga, trenutačno tu zadaću ispunjavamo radom na prvoj procjeni potrošnje u *online* oglašavanje u Hrvatskoj, izdavanjem smjernica za nativno oglašavanje i usmjeravanjem zbivanja u Europskoj uniji u korist naše industrije, što će nas odvesti prema još boljem, kvalitetnijem i urednijem tržištu. Tržište interaktivnoga marketinga razlikuje se od zemlje do zemlje; kod nas ono svakako ima mnogo prostora za napredak i velikog potencijala. Bitno je da pratimo što rade kolege iz drugih zemalja, a dobre prakse i nova znanja uvijek prenosimo domaćim stručnjacima putem edukacije, ▶



### Anela Kuburaš,

DIREKTORICA DIGITALNE STRATEGIJE I KREATIVE U BRUKETA&ŽINIĆU&GREYU:

– Standardizacija će pomoći razvoju interaktivnog marketinga u Hrvatskoj jer svi trebamo govoriti barem sličnim jezikom kad je riječ o transparentnim metrikama ili praćenju uspješnosti neke kampanje



### Dunja Ivana Ballon,

NOVA IZVRŠNA DIREKTORICA IAB-a CROATIJE:

– Tržište interaktivnog marketinga razlikuje se od zemlje do zemlje. Kod nas ono, bez sumnje, ima mnogo prostora za napredak, kao i i nevjerojatan potencijal



### Vjeko Srednoselec,

POSLOVNI DIREKTOR U DENTSUU CROATIJI:

– U nedostatku organizacije kao što je IAB, koja na jedno mjesto stavlja sve strane u digitalnome marketingu, s vremenom je bilo nestrukturiranosti i manjka transparentnosti, što je nanosilo štetu dionicima u digitalnome marketingu



### Rajna Cuculić,

DIREKTORICA AGENCIJE GROUP CENTRAL EUROPE ZAGREB:

– Naša je uloga na tržištu poticati razvoj interaktivnog i digitalnog marketinga. Zasad tu zadaću ispunjavamo radom na prvoj procjeni potrošnje u 'online' oglašavanju u Hrvatskoj, izdavanjem smjernica za nativno oglašavanje i usmjeravanjem zbivanja u Europskoj uniji u korist naše industrije

► mjesečnih izvještaja i slično, ali i obratno jer naša struka ima nevjerojatna znanja i odlične talente – ocijenila je Cuculić.

#### Sistematizacija oglasnih formata

Prema Vjeku Srednoselecu, poslovnom direktoru (engl. *chief operating officer*) u Dentsuu Croaciji, IAB se kao svjetska institucija brine o razvoju, edukaciji i poboljšanju tržišta također za sve sudionike: oglašivače, agencije, medije i korisnike digitalnih medija. Imati IAB u Hrvatskoj za njega znači da ćemo imati važno tijelo koje će gurati cijelu industriju prema boljitku, a nove tehnologije, zaštita privatnosti i drugih prava, kao i transparentnost u širenju znanja znatno će pridonijeti podizanju trenutnih standarda hrvatskog tržišta.

– U nedostatku organizacije kao što je IAB, koja na jedno mjesto stavlja sve strane u digitalnome marketingu, s vremenom je bilo nestrukturiranosti i manjka transparentnosti, što je nanosilo štetu dionicima u digitalnome marketingu. U konačnici, cijeli ekosustav vrti se oko korisnika digitalnih medija koji su ujedno i (potencijalni) potrošači te brendova koji im žele ponuditi svoje proizvode. Poboljšanje i unapređenje uvjeta u kojima se obje strane nalaze je cilj čitave industrije digitalnog marketinga. IAB je vrlo važno tijelo koje će unaprijediti te uvjete, uz razvoj čitavog ekosustava, a HURA je prepoznala važnost i višegodišnju potrebu na tržištu te se odlučila pokrenuti pozitivan razvoj hrvatskog tržišta. IAB čine stručne skupine koje definiraju standarde i preporuke, s naglaskom na što se radi, na koji način te kako se vrednuje rezultat. Oglašivač za svoja ulaganja u (digitalni) marketing mora ostvariti povrat u obliku prodaje robe i usluga uz poštovanje prava potrošača. Agencije, mediji i pružatelji tehnoloških i ostalih usluga osiguravaju naj-

učinkovitiji proces. IAB već radi na sistematizaciji oglasnih formata, evaluaciji vrijednosti cijelog tržišta, kako bismo znali početnu poziciju koju dalje moramo optimirati i unaprijediti – rekao je Srednoselec.

#### Ništa bez standardizacije

Tržište interaktivnog marketinga u Hrvatskoj po Srednoselecu je duboko podijeljeno između prošlosti i sadašnjosti, a raditi kao prije 10 – 15 godina iznimno je neučinkovito. Temelj su interaktivnog marketinga, rekao je, podaci i automatizacija, a ljudski se rad obogaćuje i usmjerava na analizu i unapređenje. Mišljenja je da je korištenje ljudi za popunjavanje tablica i slanje narudžbenica *e-mailom* neefikasno i nezadovoljavajuće za stručnjake. Kada IAB postavi standarde, tvrdi, svakako će se i naše tržište približiti zapadnoeuropskima. IAB za Anelu Kuburaš, direktoricu digitalne strategije i kreative u Bruketa&Žinić&Greyu, svjedoči da smo na razini na kojoj se o važnim pitanjima u digitalnom marketingu raspravlja. Bez standardizacije, dodala je, nema ni unapređenja ni inovacija unutar industrije, pri čemu je najvažnije umrežavanje kao temelj suradnje i edukacije.

– Standardizacija će pomoći razvoju interaktivnog marketinga u Hrvatskoj jer svi trebamo govoriti barem sličnim jezikom kada je riječ o transparentnim metrikama ili praćenju uspješnosti neke kampanje. Pred nama će se u digitalnom svijetu redati situacije kojima ćemo se trebati prilagođavati, a neke od njih ćemo i sami uspostavljati. Korisnici će sigurno imati i sve veći utjecaj na kontrolu podataka o njima na digitalu, što će biti izazov i za interaktivni marketing, posebice za razvoj održivog sustava digitalnog oglašavanja – očekuje Kuburaš. ●



**RADI SE NA SMJERNICAMA ZA NATIVNO OGLAŠAVANJE, ISPORUČIT ĆE SE IAB-ova PROCJENA INVESTICIJE U 'ONLINE' OGLAŠAVANJE, PRVA U POVIJESTI U HRVATSKOJ, PRI KRAJU JE REALIZACIJA GODIŠNJE NAGRADE ZA NAJBOLJA DIGITALNA POSTIGNUĆA U ZEMLJI 'MIXX AWARDS CROATIA' TE ZAVRŠAVAJU PRIPREME ZA MJESEČNI PREGLED REGULATIVE U DIGITALU**