

Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 2. lipnja 2025.

Prisutni: Dunja Ivana Ballon, Rajna Cuculić, Jelena Fiškuš, Mario Frančesević, Marko Šesnić, Ivana Delalić i Barbara Zorić

1. Novi članovi

Našu zajednicu dodatno osnažuje novo članstvo tvrtke **Escape**, agencije specijalizirane za digitalni marketing. Escape Digital Agency surađuje s klijentima iz različitih sektora te nudi usluge oglašavanja na Googleu i društvenim mrežama, izradu sadržaja i analizu uspješnosti kampanja putem alata Google Analytics.

2. IAB Discovery: The Month of AI

Mjesec lipanj u sklopu projekta IAB Discovery bit će posvećen temi umjetne inteligencije, s ciljem edukacije tržišta, promocije odgovornih praksi i poticanja standardizacije korištenja AI alata u digitalnom marketingu. Radna skupina za AI, u sastavu Kamilo Antolović (Algebra), Vice Božić (GoAds), Mario Frančesević (SeekandHit), Kristijan Gregorić (Valicon), Lucija Knežić (Peugeot/Citroën/DS Automobiles), Sanja Rodinis (Experience TEN), Vanja Šebek (Algebra) i Duško Tubić (dentsu Croatia) – priprema događanje uživo, popratne komunikacijske materijale te objavu Smjernica za umjetnu inteligenciju.

3. Izdavanje smjernica za umjetnu inteligenciju

Radna skupina za umjetnu inteligenciju trenutno radi na važnom iskoraku za domaće tržište u pripremi prvih smjernica za primjenu umjetne inteligencije u marketingu i digitalnom oglašavanju u Hrvatskoj, koje će po završetku biti podijeljene članovima i široj javnosti kao koristan vodič za primjenu AI-ja u praksi. Smjernice pokrivaju ključne aspekte primjene AI-ja u marketinškoj industriji: od osnovnih pojmova i povijesnog razvoja, preko europskog i hrvatskog zakonodavnog okvira i etičkih pitanja, do konkretne primjene generativnih alata u svakodnevnoj praksi, uključujući tekstualne i audiovizualne alate, prompt engineering, istraživačke metode te učinke AI-ja na učinkovitost oglašavanja. Obrađuju i specifične izazove poput fenomena halucinacije, uz praktične preporuke za njihovo prepoznavanje i prevenciju. Ovom inicijativom, stručnjaci iz redova članstva IAB-a Croatia kroz zajednički rad pružaju tržištu relevantne alate, znanje i preporuke koje olakšavaju snalaženje u dinamičnom tehnološkom okruženju, pri čemu edukacija i standardizacija igraju ključnu ulogu u osiguravanju odgovorne, učinkovite i zakonodavno usklađene primjene umjetne inteligencije, čime se potiče povjerenje među dionicima, podiže razina profesionalnosti i doprinosi dugoročnom razvoju digitalnog oglašivačkog ekosustava u Hrvatskoj.

4. IAB Discovery: The Month of Online AdEx

Travanj je u sklopu IAB Discovery inicijative bio posvećen temi online oglašivačke potrošnje, uz središnje predstavljanje četvrtog izdanja istraživanja IAB Croatia Online Media AdEx. Mjesec su obilježili bogat

edukativni program, komunikacijski materijali i događanje “Behind the Numbers” koje je 23. travnja u zagrebačkoj Uraniji okupilo brojne predstavnike industrije. Ključnu ulogu u pripremi i realizaciji aktivnosti u suradnji s IAB timom imali su članovi radne skupine za Online Media AdEx: Vjekoslav Srednoselec (Dentsu Croatia), Saša Milinović (OMD), Boris Zatezalo (Aleph Group), Marijan Mihić (Advans Adria) i Matej Sever (Ipsos). Uz stručne uvide, članovi radne skupine sudjelovali su u analizama trendova, panel raspravi i izradi popratnih edukacijskih materijala, uključujući kolumnu e-Dilema i grupni intervju o ključnim uvidima iz istraživanja.

5. Dani komunikacija

Na Danima komunikacija ponovno smo otvorili najvažnije rasprave o budućnosti digitalnog tržišta, a ključnu ulogu u tom dijalogu imali su članovi IAB-a Croatia. Njihova stručnost, iskustvo i uvidi oblikovali su sadržaj sedam panela koji su u fokus stavili teme od strateške važnosti za našu industriju: od umjetne inteligencije i digitalnih trendova do oglašavanja, influencer marketinga, zaštite podataka i uloge istraživanja. U dinamičnom okruženju najvažnije regionalne konferencije, članovi IAB-a još su jednom pokazali koliko je zajedničko znanje ključno za napredak tržišta.

Kroz svaki panel, naši su članovi donijeli konkretne primjere iz prakse, relevantne podatke i vizije koje pomažu u razumijevanju složenih izazova i prilika koje donosi digitalno doba. Njihovo sudjelovanje osnažuje poziciju IAB-a kao profesionalnog centra izvrsnosti, ali i potvrđuje da u Hrvatskoj postoji snažna zajednica stručnjaka spremna voditi industriju prema održivijem i učinkovitijem digitalnom ekosustavu.

Na panelu **Is Bigger Better? II** sudjelovali su Marija Franić (Kaufland Hrvatska), Ema Huskić (Mastercard), Tamara Karagity (INA Grupa) i David Flam (Maistra Collection), a panel je moderirala Ivana Krajinović (Večernji list). Panel **Vox Populi: Predictions & Trendspotting** okupio je Nikolu Vrdoljaka (404 / Myty), Nebojšu Grbačića (Cvoka) i Krešimira Macana (Špica s Macanom), uz moderaciju Dunje Ivane Ballon (HURA, IAB Croatia, Dani komunikacija). Na panelu **Brave New Boredom: Is It All About AI? / How AI is Failing the Industry** govorili su Lucija Knežić (Peugeot, Citroën, DS, Fiat, Jeep, Alfa Romeo i Abarth), Mario Frančesević (SeekandHit), Igor Černiševski (IAB Serbia / Media Tree) i Igor Škunca (PMG), a panel je moderirao Vice Božić (GoAds). U predstavljanju izvještaja **IAB Croatia Presents: Online Media Advertising Expenditure (AdEx) Report** sudjelovali su Vjekoslav Srednoselec (Dentsu Croatia), Boris Zatezalo (Aleph Group Inc), Marijan Mihić (Advans Adria) i Iva Vukmanić (Heineken Hrvatska), dok je moderator bio Matej Sever (Ipsos Hrvatska). Panel **On Influencer Marketing by IAB Croatia: Is Your Feed a Lie?** okupio je Marija Fraculja (Sveučilište Algebra Bernays), Darija Marčaca (Crew) i Marina Katušića (Index.hr), a moderirala ga je Sandra Babić (Lider Media). Na panelu **IAB Croatia's PPP: The Decade We Learned There Is No Such Thing As Online Privacy** sudjelovali su Mario Frančesević (SeekandHit), Saša Milinović (OMD Croatia), Marko Mikes (Aleph), Sonja Stahor Gašpar (JGL Obitelj), Tihana Ana Reljić (REZIME // Law firm Reljić, Zelić, Židanić and Mar LLC) i Zoran Savin (IAB Slovenija). A na panelu **Data > Vibes: Why Research Is The Smart Way Forward** govorili su Ante Šalinović (Ipsos), Ksenija Ilin (Croatia osiguranje) i Ines Umićević (Saponia i Kandit), a moderirala ga je Martina Mikrut Nađsombat (NOVA TV).

6. MIXX Awards Croatia 2025

Ovogodišnje izdanje MIXX Awards Croatia snažno je odrazilo iznimnu snagu i uzlet domaće digitalne industrije. S rekordnih 170 prijava natjecanje je potvrdilo kako se tržište digitalnog marketinga nalazi u svom najvećem zamahu, s brojnim projektima koji odražavaju stratešku dubinu, kreativnost i tehničku izvrsnost. Žiriranje, kojim je predsjedala Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy), okupio je stručnjake iz različitih dijelova industrije: Nebojšu Grbačića (CVOKE), Maju Hodalj (JGL), Krešimira Končića (Neuralab), Đuru Koraća (Nivas), Tomislava Metelka (CTA komunikacije), Marka Mikeša (Aleph Group), Frana Mubrina (404 agency), Ivu Novaka (Addiko Bank), Luciju Potočnik (Studio Sonda), Vanju Šebeka (Algebra), Maju Šplajt (Real grupa), Andreju Vranješ (Morgan Grey) i Martinu Zeljko (Publicis). Kroz temeljit proces, žiri je prepoznao iznimnu razinu kvalitete prijavljenih radova, što je rezultiralo s čak 75 finalista i dodjelom nagrada u gotovo svim kategorijama. U sklopu Dana komunikacija održano je ekskluzivno druženje za članove žirija svih natjecanja, prigodno okupljanje na terasi hotela Monte Mulini, kojim je iskazana zahvalnost stručnjacima čiji doprinos oblikuje kriterije izvrsnosti na tržištu. Svečana dodjela nagrada održana je pred prepunom dvoranom za koju se tražilo mjesto više, gdje su predstavnici agencija, brendova i nezavisnih profesionalaca zajedno obilježili najznačajnija postignuća protekle godine. U pozitivnom ozračju nacionalnog festivala tržišnih komunikacija, domaća komunikacijska zajednica još je jednom potvrdila svoju snagu, inovativnost i predanost izvrsnosti. Za sve nagrađene koji žele dodatno nagraditi svoje timove ili klijente, otvorena je mogućnost narudžbe dodatnih statua s rokom izrade od 6 do 8 tjedana.

7. Predictions & Trends Hub

Radna skupina Predictions & Trends Hub nastavlja s razvojem svojih aktivnosti te je u tijeku osmišljavanje godišnjeg plana rada. Kroz dosad održane koordinacijske sastanke, članovi su definirali fokus na istraživanje odnosa između trenda i hypea. Ova tema poslužit će kao temelj za rad skupine u 2025. godini. To će omogućiti dublje razumijevanje utjecaja aktualnih i nadolazećih pojava na tržište, što će biti prvi korak u procesu oblikovanja predikcija za 2026. godinu. Skupina će se i dalje baviti praćenjem i analizom ključnih signala promjena u digitalnoj industriji te pružanjem podrške tržištu u anticipaciji promjena. Sustavnom razmjenom znanja i uvida, članovi skupine žele doprinijeti boljoj prilagodbi poslovnih strategija svih dionika digitalnog tržišta. Članovi radne skupine su: Antonio Karlović (GroupM), Lara Stolnik (Seloteip), Marko Mikeš (Aleph Group), Katarina Exle (Cvoke) i Vjekoslav Mikulić (Hypeware).

8. Web3 Hub

Radna skupina Research Hub započela je s planiranjem svojih budućih aktivnosti s ciljem popularizacije istraživanja u oglašivačkoj industriji. Fokus je na razumijevanju motivatora i prepreka za provođenje istraživanja te na poticanju donošenja odluka temeljenih na podacima. Kao prvi korak u ostvarenju tog cilja, priprema se kratko istraživanje koje će biti provedeno među članovima IAB-a Croatia. Istraživanje će pružiti uvid u percepciju, razinu korištenja i izazove vezane uz tržišna istraživanja. Prikupljeni podaci koristit će se za oblikovanje budućih aktivnosti i sadržaja skupine. Članovi radne skupine su: Senka Brajović (Improve), Helena Erceg (Improve), Viktor Jonjić (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Nika Mutić (Valicon Hrvatska), Mario Perović (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Ante Šalinović (Ipsos Hrvatska) i Josip Tvrtković (Valicon Hrvatska).

9. Research Hub

Radna skupina Web3 Hub definirala je tri ključna cilja koji usmjeravaju njihov rad u tekućoj godini. Prvi cilj odnosi se na osvještavanje i podizanje svijesti o web3 i blockchain tehnologijama među članovima IAB-a Croatia, ali i širim tržištem. Drugi cilj je edukacija, kroz organizaciju edukativnih programa i radionica članovi (Monika Majstorović (A1 Hrvatska), Magda Milas (Alice in Blockchains), Luka Sučić (Short Notice Productions), Nikola Škorić (Short Notice Productions), Morana Vukić Perak (Alice in Blockchains) i Domagoj Vuković (Human)) planiraju povećati razinu znanja o primjeni ovih tehnologija unutar marketinškog i medijskog ekosustava. Treći cilj odnosi se na razvoj smjernica i dobrih praksi u oglašavanju i komunikaciji, s naglaskom na odgovornu i učinkovitu primjenu web3 tehnologija te sprječavanje zlouporabe i prevara. U svrhu boljeg razumijevanja trenutne percepcije, razine usvajanja i potencijala primjene blockchain tehnologija i kriptovaluta u industriji, skupina je osmislila i provela kratko istraživanje u obliku anonimnog upitnika. Anketa je provedena među članovima IAB-a Croatia, a rezultati će poslužiti kao temelj za daljnje planiranje aktivnosti skupine. Analiza prikupljenih podataka omogućit će bolji uvid u stavove i izazove s kojima se industrija susreće, čime se dodatno podupire cilj skupine da svojim radom doprinese razumijevanju i primjeni web3 tehnologija u digitalnom oglašavanju.

10. Vijesti članova

Članice IAB-a Croatia sve se aktivnije uključuju u rad zajednice te nam sve češće javljaju novosti o svojim projektima i inicijativama, koje rado dijelimo putem naših komunikacijskih kanala. Ovaj smo ih put još jednom pobrojali u nastavku zapisnika, no s obzirom na sve veći broj objava, ubuduće ćemo ih izvještavati zbirno (npr. objavljeno je 20+ vijesti članica od zadnje sjednice), a razmatramo i njihovo dijeljenje u formi internog newslettera. Popratili smo sve novosti vezane uz otvorene pozicije za PR asistente i mlađe savjetnike u agenciji [Millenium promocija](#), svjetsko priznanje platforme Awwwards za projekt vogueadria.com agencije [Pro Media Group](#) i novo istraživanje [dentsu Croatia](#) The Gen Z Effect, koje otkriva kako Generacija Z mijenja pravila igre u digitalnim medijima. Objavili smo pobjedu Ane Csik i Mate Šole ([McCann Zagreb](#)) koji su projektom The Art Can Contain It osvojili Grand Prix na natjecanju Young Lions Croatia, nastup dr. sc. Samija Kazija na konferenciji [Future Tense](#) powered by Lürssen, gdje je govorio o budućnosti pametnih gradova, i novo izdanje [e-Dilema](#) kolumni IAB-a Croatia, u kojem su Marko Poljak (Adluux) i Irena Andučić (Real grupa) raspravljali o razvoju i potencijalu DOOH oglašavanja. Podijelili smo dolazak [Amber Case](#) na Dane komunikacija, gdje je govorila o tome kako dizajnirati tehnologiju koja poštuje ljudsku pažnju i doprinosi digitalnoj dobrobiti, kampanju [HEINEKENA](#) Hrvatska i dentsu Red Stara, koja je istražila pažnju korisnika kao novu valutu digitalnog oglašavanja, i dolazak [Lily Cole](#) na Greencajt festival, gdje je globalna aktivistica i bivša manekenka podijelila svoju viziju održivosti i potaknula promjene u industriji i društvu. Podijelili smo popis finalista natjecanja [MIXX Awards Croatia 2025](#), koje je i ove godine zabilježilo rekordan broj prijava, otvorenu poziciju za grafičkog dizajnera u agenciji [Futura DDB](#), koja traži pojačanje svog kreativnog tima, i najavu posebnog izdanja [Marketing Meet Upa](#), koje je u suradnji s Danima komunikacija donijelo iskrenu raspravu o mitovima, lažima i stvarnostima odnosa agencija, medija i brendova. Objavili smo popust za članove IAB-a Croatia na [HealthComm Forum 2025](#), koji je okupio vodeće domaće i svjetske stručnjake u zdravstvu, natječaj za poziciju junior copywritera u agenciji [Futura DDB](#), koja je tražila novo kreativno pojačanje, i dolazak [Dietmara Dahmena](#) na Dane komunikacija, gdje je svojim inspirativnim predavanjem potaknuo publiku na promišljanje o transformaciji i budućnosti

poslovanja. Predstavili smo dolazak [Fernanda Machada](#) na Dane komunikacija uz podršku A1 Hrvatska, izbor [Anselma Tumpića](#) u CRAFT žiri festivala Golden Drum, i panel raspravu Poslovanje u vremenu kaosa koja je uoči konferencije [Future Tense](#) powered by Lürssen okupila istaknute predstavnike poslovne zajednice. Najavili smo pogodnosti za članove IAB-a Croatia koje je omogućio [Vell](#) centar za fizikalnu terapiju i rehabilitaciju, otvorenu poziciju za Social Media Specialista u agenciji [Sintagma media](#), i natječaj za zapošljavanje na poziciji Digital Marketing Specialist u tvrtki [SeekandHit](#). Podijelili smo informacije o platformi [LEAF](#), alatu [IAB Europe](#) za smanjenje okolišnog utjecaja digitalnog oglašavanja, rezultatima nove studije o stavovima europskih potrošača o personaliziranom oglašavanju, privatnosti i besplatnim internetskim uslugama, i najnovijoj [procjeni investicije](#) u online oglašavanje u Hrvatskoj za 2024. godinu, koju je objavio IAB Croatia. Objavili smo da je Violeta, u suradnji s agencijom [Bruketa&Žinić&Grey](#), predstavila novi dizajn ambalaže svog toaletnog papira, i da su otvorene prijave za nagradu [HealthComm Awards 2025](#), koja nagrađuje iznimne doprinose u zdravstvu, i da je sve spremno za peto izdanje [Greencajt](#) festivala, vodeće regionalne platforme za ESG transformaciju. Predstavili smo strateško partnerstvo IEDC – Poslovne škole Bled i [Future Tense](#) platforme s ciljem osnaživanja lidera u regiji i Europi, i novu kampanju koju je [Pro Media Group](#) osmislio za Tommy u suradnji s Ivanom Rakitićem, i nadolazeće virtualno izdanje [The Great Debate: Retail Media 2025](#) u organizaciji IAB Europe, koje će obraditi ključne izazove i prilike maloprodajnih medija. Najavili smo teme koje su bile pod reflektorima [Dana komunikacija](#), uključujući povjerenje, odgovorno oglašavanje i bunt brendova, i nezaobilazne [digitalne sadržaje festivala](#) poput influencerskih regulativa, podataka, privatnosti i AdEx izvještaja, i objavu studije slučaja Poslovne škole Stanford o [Alephu](#), koja je analizirala njegov globalni uspjeh i strateški rast na tržištima u razvoju. Podijelili smo [vodič IAB Europea](#) o sponzoriranim proizvodima kao ključnom formatu u Retail Media ekosustavu, i najavu izlaganja [Petera Hinssena](#) na Future Tense konferenciji o tome kako opstati u vremenu stalnih promjena, i novo izdanje [e-Dilema](#) kolumni IAB Croatia posvećeno dilemama ulaganja u mainstream ili nove digitalne platforme. Objavili smo novo izdanje [Marketing Meet Upa](#) posvećeno povećanju prodaje u webshopovima kroz konkretna iskustva iskusnih eCommerce stručnjaka, i rekordno bogat program [Dana komunikacija](#) koji ove godine donosi više od 180 govornika na pet festivalskih pozornica, i drugo izdanje [Perspektive](#) s fokusom na gradnju reputacije u vremenu ubrzane komunikacije. Predstavili smo [Arbona](#) doručak posvećen praktičnoj primjeni umjetne inteligencije u agencijama iz komunikacijske industrije, i program Dana komunikacija koji će otvoriti [predsjednik Republike Hrvatske](#) i koji će obuhvatiti niz regulatornih i društveno relevantnih tema, i šestu međunarodnu konferenciju [Mathematics of Neuroscience and AI](#) koja će krajem svibnja okupiti vrhunske znanstvenike i lidere industrije u Splitu. Najavili smo mogućnost [online praćenja](#) programa glavne festivalske dvorane Dana komunikacija, i potragu agencije [Boiler – Powered by Degordian](#) za novim Social Media & PR Managerom, i dolazak [Davida Shinga](#), digitalnog filozofa i futurista, na pozornicu Dana komunikacija, gdje će govoriti o budućnosti AI-ja, kreativnosti i prilikama u kaosu. Podijelili smo najavu konferencije [HealthComm Forum 2025](#), na kojoj će zdravlje biti predstavljeno kao strateška valuta, i program prvog [Greencajt Film Festivala](#) koji donosi 80 filmova o održivosti, klimatskoj pravdi i zelenim inovacijama, i predstavljanje [DKoina](#), prve službene festivalske kriptovalute u Hrvatskoj, uz brojne popratne sadržaje na ovogodišnjim Danima komunikacija. Objavili smo kako je Jelena Fiškuš ponovno imenovana članicom žirija [Cannes Lions festivala](#), čime je dodatno potvrđena prepoznatljivost hrvatske kreativne industrije na globalnoj sceni, i vijest da je Ivo Payer imenovan novim Chief Creative Officerom [Publicis Grupe](#), što označava novo poglavlje u jačanju kreativne izvrsnosti agencije, i najavu da Dani komunikacija u svom [11. izdanju](#) postaju veći, hrabriji i sadržajno razigraniji, s rekordnim brojem govornika i festivalskih pozornica. Predstavili smo jedinstveno natjecanje [Good Game Zagreb](#), koje je okupilo 28 kompanija iz regije u humanitarnom Counter-Strike turniru, i otvorenje Dana komunikacija koje je obilježeno [obraćanjem predsjednika Zorana Milanovića](#) i snažnim porukama o ulozi komunikacija u suvremenom društvu, i [početak najvećeg izdanja festivala dosad](#), s više

od 200 govornika na pet festivalskih pozornica i rekordnim brojem programskih segmenata. Podijelili smo vrhunce drugog dana festivala u kojem je [Dietmar Dahmen](#) spektakularno zapalio pozornicu Dana komunikacija, i inspirativna predavanja trećeg dana festivala koja su kulminirala nastupom [Fernanda Machada](#) i panelom o ulozi kreativnosti u suvremenom društvu, i pobjednike natjecanja [MIXX Awards Croatia](#) koji su nagrađeni za najbolja digitalna ostvarenja u zemlji. Najavili smo koncert Nine Badrić kojim će se svečano zatvoriti peti [Greencajt festival](#), i novu kampanju [Wiener osiguranja](#) „Jasna stvar” kojom su u suradnji s Jasnom Zlokić na duhovit način približili važnost razumljivog osiguranja, i [otvaranje narudžbi dodatnih statua](#) za nagrađene na Danima komunikacija, čime se pruža prilika za dodatno priznanje prijaviteljima i projektima. Podijelili smo najvažnije trenutke s [Good Game Zagreba 2025](#) na kojem je Infobip prvi put odnio pobjedu, i ključne uvide s ovogodišnjih [Dana komunikacija](#) koji su potvrdili status industrije kao predvodnika promjena, i glavne poruke s [FOODCOOLTOUR](#) konferencije koja je otvorila važne rasprave o sigurnosti i održivosti prehrambenih sustava. Predstavili smo edukativni program radionice "Od strategije do taktike: (p)ostanite poželjan poslodavac" koju u Rijeci organizira [Spring+shift](#), i digitalno rješenje [Addiko banke](#) koje korisnicima omogućuje jednostavno i brzo podizanje gotovinskog kredita, i početak prodaje early bird ulaznica za [SoMo Borac 2025](#) – uz ograničenu ponudu za najbrže i najvjernije sudionike. Podijelili smo uspješnu suradnju Terma Krka i [dentsu Croatia](#) u okviru održive digitalne kampanje Green Programmatic Network (GPN), i najavu [IAB Europe](#) webinaru s podrškom Microsofta koji istražuje kako umjetna inteligencija mijenja digitalno oglašavanje i angažman publike.

Zapisnik sastavile: Barbara Zorić i Karla Drašković