

## Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 20. kolovoza 2025.

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

### 1. Novi članovi

Naša zajednica i dalje bilježi snažan rast, što potvrđuje i priključivanje novih članova, čime dodatno širimo mrežu stručnjaka i poduzeća iz različitih područja digitalnog ekosustava. Novi članovi IAB-a Croatia su:

- **Laconiq**, kreativna i digitalna agencija usmjerena na razvoj originalnih koncepata koji povezuju online i offline svijet te stvaraju autentične i pamtljive doživljaje.
- **Sweet.TV**, međunarodna medijsko-tehnološka grupacija koja razvija digitalna rješenja za oglašavanje i distribuciju sadržaja, s naglaskom na OTT tehnologije, FAST kanale i dinamične oglase.
- **Admixer Media**, službeni prodajni predstavnik za Google Ads u Hrvatskoj, koji pruža podršku oglašivačima s ciljem povećanja učinkovitosti digitalnih kampanja.
- **Bites & Beyond**, platforma koja okuplja niz prepoznatljivih ugostiteljskih brendova, s fokusom na digitalnu povezanost s korisnicima, razvoj gastronomskih iskustava i održivo poslovanje.

### 2. IAB Discovery: The Month of AI

Lipanj je u sklopu serijala IAB Discovery bio posvećen temi umjetne inteligencije, tehnologiji koja oblikuje budućnost industrije digitalnog marketinga i oglašavanja. Nakon svibanjske pauze i uspješno završenog travanjskog izdanja posvećenog istraživanju online oglašivačke potrošnje (AdEx), IAB Croatia u lipnju je okupio stručnjake iz članstva na događanju **The AI Playbook in Digital Marketing**, održanom 16. lipnja u Uraniji. Glavno događanje obuhvatilo je niz stručnih izlaganja i rasprava o razvoju, primjeni i regulaciji AI-ja u digitalnom kontekstu. Vice Božić i Vanja Šebek otvorili su događanje uvodnom prezentacijom The AI Briefing, dok je Kamilo Antolović u izlaganju The AI Taboo: Legal & Ethics analizirao pravne i etičke aspekte primjene umjetne inteligencije u marketinškoj industriji. Program je zaključen panel-raspravom Prompt Me If I'm Wrong... u kojoj su, pod moderacijom Barbare Tolić Aušić (IAB Croatia), sudjelovali Duško Tubić, Vanja Šebek, Kamilo Antolović, Vice Božić i Kristijan Gregorić, članovi radne skupine za umjetnu inteligenciju. Tijekom cijelog mjeseca, kroz strukturiranu komunikacijsku podršku, članovima i široj javnosti kontinuirano su predstavljani relevantni sadržaji vezani uz temu umjetne inteligencije. Kroz niz objava na službenim kanalima IAB-a Croatia podijeljeni su uvidi i stručni komentari članova radne skupine koji sudjeluju u izradi Smjernica za umjetnu inteligenciju, čime se dodatno osnažilo razumijevanje kompleksnosti i primjene AI-ja u praksi. Istaknuti su i

konkretni savjeti Duška Tubića o pisanju učinkovitih promptova, preuzeti iz samih Smjernica. Uz to, članovima je omogućeno sudjelovanje u edukaciji IAB Europe Explores, čime su povezani s međunarodnim standardima i praksama, dok je IAB Highlight donio promišljanje o odnosu kreativnosti i umjetne inteligencije, naglašavajući potencijal sinergije između tehnologije i inovacije u komunikacijama.

### 3. Predictions & Trends Hub

**Radna skupina Predictions & Trends Hub** trenutačno je usmjerena na izradu dokumenta koji se temelji na ranije definiranoj tematskoj okosnici: odnosu između trenda i hypea. Dokument će biti oblikovan kao praktični vodič koji će industriji pružiti konkretne alate i kriterije za razlikovanje kratkotrajnih, prolaznih pojava od onih koje generiraju dugoročnu vrijednost za tržište. Cilj je vodiča pomoći stručnjacima i organizacijama u donošenju informiranih odluka, posebice u kontekstu sve bržih tehnoloških i komunikacijskih promjena koje karakteriziraju digitalno okruženje. Nakon objave dokumenta radna skupina planira usmjeriti aktivnosti na razvoj predikcija za 2026. godinu te pripremu komunikacijskih i edukativnih sadržaja u sklopu tematskog mjeseca u inicijativi IAB Discovery, koji se planira održati u prosincu. Članovi radne skupine su: Antonio Karlović (GroupM), Lara Stolnik (Selotejp), Marko Mikeš (Aleph Group), Katarina Exle (Cvoke) i Vjekoslav Mikulić (Hypeware).

### 4. Web3 Hub

Listopad će biti posvećen temi web3 u sklopu inicijative IAB Discovery, a **radna skupina Web3 Hub** trenutno planira niz edukativnih aktivnosti s ciljem informiranja tržišta o potencijalu, izazovima i praktičnoj primjeni web3 i blockchain tehnologija u području digitalnog marketinga i komunikacija. Kao podlogu za planirane aktivnosti, članovi skupine proveli su anonimno istraživanje među članovima IAB-a Croatia kako bi prikupili podatke o razini znanja, percepciji i iskustvu s navedenim tehnologijama unutar industrije. Dobiveni uvidi poslužit će za oblikovanje sadržaja edukacija, komunikacijskih materijala i tematskih događanja u sklopu mjeseca, a razmatra se i provedba dodatnog istraživanja nakon završetka edukativnih aktivnosti kako bi se evaluirao njihov učinak te dodatno prilagodio smjer budućih inicijativa skupine. Članovi radne skupine su: 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).

### 5. Research Hub

**Radna skupina Research Hub** nastavlja s razvojem svojih aktivnosti usmjerenih na unaprjeđenje razumijevanja uloge i važnosti istraživanja u oglašivačkoj industriji, s posebnim naglaskom na identifikaciju prepreka i motivatora za njihovu provedbu, kao i na poticanje donošenja odluka temeljenih na podacima. Kako bi se tema dodatno kvalitetno obradila, radnoj su se skupini priključili novi članovi, istraživački stručnjaci iz agencija Ipsos i AGB Nielsen Audience Measurement Croatia: Matej Sever (Ipsos), Vida Cencić (Ipsos Hrvatska) i Jelena Halić (AGB Nielsen Audience Measurement).

Croatia). Trenutačno je u završnoj fazi priprema kratkog istraživanja koje će se provesti među članovima IAB-a Croatia. Cilj je ankete dobiti uvid u percepciju, razinu korištenja te izazove povezane s tržišnim istraživanjima unutar industrije. Dobiveni podaci poslužit će kao temelj za oblikovanje budućih aktivnosti, edukacija i komunikacijskih materijala radne skupine. Uz nove članove, u radnoj skupini djeluju i: Senka Brajović (Improve), Helena Erceg (Improve), Viktor Jonjić (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Nika Mutić (Valicon Hrvatska) i Josip Tvrtković (Valicon Hrvatska).

## 6. Radna skupina za (samo)regulaciju

**Radna skupina za (samo)regulaciju**, uz podršku IAB tima, nalazi se u završnoj fazi izrade Smjernica o influencer marketingu, dokumenta koji donosi jasne preporuke za transparentno, zakonito i etično označavanje plaćenih suradnji u digitalnom prostoru. Smjernice su osmišljene s ciljem unapređenja tržišnih praksi i zaštite potrošača, a njihova primjena ima potencijal donijeti stvarnu korist tržištu. Kako bi poruke bile što jasnije i pristupačnije, paralelno se izrađuju i dvije infografike koje će na jednostavan i vizualno privlačan način sažeti ključne preporuke. U isto vrijeme, radna skupina uz punu podršku u angažman IAB i HURA tima priprema komunikacijsku kampanju koja će pratiti objavu Smjernica. Inicijativa je pokrenuta iz IAB-a Croatia, no za još snažniji efekt i postizanje stvarnog rezultata, članovi radne skupine tijekom ljeta su aktivno razvijali suradnje s brojnim institucijama i partnerima. Predstavnik radne skupine Nikola Vrdoljak (404) prezentirao je Upravi IAB-a Croatia planirane daljnje korake. Smjernice, koje je vizualno oblikovala Barbara Tadić (404), uskoro će biti dostupne članstvu na uvid i komentiranje, a tematski mjesec posvećen ovoj važnoj temi u sklopu inicijative IAB Discovery planiran je za studeni 2025. godine. U radnoj skupini sudjeluju: Mario Fraculj (Algebra), Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), Nikola Vrdoljak (404), Kamilo Antolović (Algebra), Dario Marčac (Crew) i Sandra Babić (Lider).

## 7. Radna skupina za privatnost i zaštitu podataka

**Radna skupina za privatnost i zaštitu podataka** definirala je svoju sljedeću aktivnost, a u tu svrhu bio je otvoren poziv članicama IAB-a Croatia za uključivanje u rad skupine. Trenutačni fokus aktivnosti usmjeren je na dva ključna područja: (1) razmatranje utjecaja integracije alata temeljenih na umjetnoj inteligenciji na obradu osobnih podataka unutar Europske unije, uz naglasak na izazove usklađivanja s Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR) i ugovorima o obradi podataka (Data Processing Agreements), te (2) izradu smjernica za očuvanje privatnosti, zakonitu obradu podataka i transparentnost algoritamskog odlučivanja u poslovnim procesima. Članovi radne skupine su Mario Frančešević (SeekandHit), Marko Jambrešić (dentsu Croatia) i Saša Milinović (OMD).

## 8. IAB Discovery: The Month of... in Q4

U posljednjem tromjesečju 2025. godine planirana su četiri tematska izdanja IAB Discoveryja, svako usmjereno na aktualne teme i inicijative radnih skupina IAB-a Croatia:

- **Rujan 2025:** IAB Discovery: The Month of IAB Digital Hubs
- **Listopad 2025:** IAB Discovery: The Month of Web3
- **Studeni 2025:** IAB Discovery: The Month of (Self)regulation
- **Prosinac 2025:** IAB Discovery: The Month of Predictions & Trends

## 9. IAB Croatia Online Media AdEx i HUDI

U sklopu priprema za novo izdanje AdEx izvještaja, **radna skupina IAB Croatia za Online Media AdEx** nastavlja s razvojem metodologije i načina prezentacije rezultata s ciljem da istraživanje iz godine u godinu donosi sve kvalitetnije uvide i dodatnu vrijednost tržištu. Poseban naglasak stavljen je na suradnju s Danielom Knappom, glavnim ekonomistom IAB-a Europe, zaduženim za europski AdEx izvještaj, s kojim je održan radni sastanak o mogućnostima daljnjeg obogaćivanja izvještaja dodatnim kontekstom i objašnjenjima. Uključivanjem europskih perspektiva dodatno se jača relevantnost domaćih podataka te potvrđuje visoka razina stručnosti i angažmana članova radne skupine, kao i pozicija IAB-a Croatia u okviru europske oglašivačke zajednice.

S ciljem još boljeg razumijevanja tržišnih podataka, radna skupina inicirala je sastanak s predstavnicima HUDI-ja, kako bi se razmijenila stručna stajališta o pristupima u prikupljanju podataka i kategorizaciji oglasnih aktivnosti. U duhu otvorene suradnje, dogovoren je i novi sastanak za detaljniju usporedbu pristupa, čime se dodatno potiče dijalog među ključnim dionicima tržišta. Kroz kontinuirani rad i strateške suradnje, AdEx istraživanje ostaje ključan izvor uvida u online oglašivačku potrošnju, a IAB Croatia nastavlja graditi svoju poziciju kao referentna stručna platforma za razvoj industrijskih standarda i tržišnih znanja.

## 10. Sudjelovanje na stručnim skupovima i konferencijama

IAB Croatia kontinuirano sudjeluje na relevantnim stručnim skupovima i konferencijama, s ciljem jačanja struke, promicanja standarda i poticanja rasprava o ključnim temama digitalnog oglašavanja. U rujnu sudjelujemo na Weekend Media Festivalu s panelom Real(ity) Check with IAB Croatia, gdje kroz prizmu (samo)regulacije influencera otvaramo pitanja označavanja komercijalnog sadržaja i transparentnosti u digitalnom prostoru. U razgovoru sudjeluju članovi IAB-ove Radne skupine za (samo)regulaciju: Mario Fraculj (Sveučilište Algebra Bernays), Dario Marčac (Crew) i Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), uz moderaciju Barbare Tolić Aušić (IAB Croatia). Na Split Tech City Festivalu raspravlja se o ulozi čovjeka i umjetne inteligencije u pisanju sadržaja, kroz iskren i dinamičan panel o budućnosti copywritinga i brendinga. Panelisti su članovi IAB-a Nebojša Grbačić (CVOKE) i Bruno Oršanić (Lexi), uz moderaciju Dunje Ivane Ballon (HURA, IAB Croatia, Dani

komunikacija). U sklopu konferencije Game Changer Zagreb 4.0 listopad, IAB Croatia održat će panel The Matrix has a business plan by IAB Croatia, na kojem će članovi IAB-a Croatia raspravljati o razvoju poslovnih strategija budućnosti i mogućnostima skaliranja inovacija uz pomoć umjetne inteligencije, potvrđujući svoju posvećenost unapređenju digitalnog tržišta kroz dijeljenje znanja. Kroz ova i slična događanja, IAB Croatia dodatno aktualizira najvažnije strukovne teme i osnažuje glas stručnjaka iz domaće digitalne zajednice.

## **11. Vijesti članova**

Sve više članica IAB-a Croatia redovito dijeli informacije o svojim aktivnostima, projektima i postignućima, a IAB Croatia ih s jednakim entuzijazmom prenosi putem svojih kanala. Od zadnje sjednice zabilježeno je više od 35 objava. Upravo naši kanali postaju glavno mjesto za praćenje relevantnih informacija i zbivanja u industriji: od vijesti o uspjesima članica, sudjelovanjima na događanjima i lansiranju novih kampanja, do suradnji, istraživanja i drugih stručnih inicijativa koje oblikuju digitalnu scenu.

Zapisnik sastavile: Barbara Zorić i Karla Drašković