

Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 21. listopada 2025.

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

1. Novi članovi

U članstvo Odbora IAB Croatia priključila se nekolicina novih kompanija, čime dodatno širimo mrežu stručnjaka i poduzeća iz različitih područja digitalnog ekosustava. Novi članovi IAB-a Croatia su:

- **NoCapp**, SaaS platforma koja uvodi video u web prodaju i podršku, implementiraju video widgete, live chat i centralizirani helpdesk, a nude i video galerije, UGC produkciju te AI alate za upravljanje sadržajem.
- **Njuškalo**, lider među oglasnicima koji svakodnevno spaja stotine tisuća kupaca i prodavatelja uz pomoć najmodernije tehnologije.

Dodatno, od posljednjeg sastanka Uprave svoj status u Odboru IAB Croatia završavaju AdLuux Adria, Lauris i Bold group.

2. IAB Discovery: The Month of IAB Digital Hubs & The Month of Web3

Nakon ljetne pauze otvorili smo novu sezonu serijala IAB Discovery, u sklopu kojega smo u rujnu na svojim kanalima stavili fokus na one koji najviše doprinose razvoju digitalne industrije – članove radnih skupina. Riječ je o stručnjacima koji ulažu svoje vrijeme, znanje i iskustvo kako bi osigurali visoke standarde i održiv rast digitalnog oglašavanja u Hrvatskoj. Tijekom cijeloga mjeseca na svojim smo društvenim mrežama u formatu IAB Digital Hubs Yearbooka predstavili svoje najposvećenije članove, koji, ujedineni u deset IAB-ovih radnih skupina, grade bolje uvjete za struku, a to su: Attention Hub, (Self)regulation Hub, AI Hub, Privacy & Data Protection Hub, Organizacijski odbor natjecanja MIXX Awards Croatia, DOOH Hub, Online AdEx Hub, Research Hub, Web3 Hub i Predictions & Trends Hub. Objavama smo educirali svoju zajednicu o tome što su radne skupine, čime se bave i tko se može uključiti, a dodatno smo i istaknuli timeline aktivnosti svih skupina u posljednje četiri godine, medijsku eksponiranost kroz brojne grupne intervjuje, stručne komentare i najave evenata te sudjelovanje na raznim konferencijskim i festivalskim pozornicama, gdje su dijelili ekspertizu i izvan okvira radnih skupina.

U tijeku je listopadsko izdanje IAB Discoveryja, koje smo posvetili temi Web3 i blockchain tehnologija, otvarajući mjesec aktivnosti kojima se želi dati jasniji okvir ovoj dinamičnoj digitalnoj domeni. Svoje viđenje važnosti Web3 i blockchain tehnologija na našim su kanalima podijelili članovi IAB Web3 Huba — Monika Majstorović (AI Hrvatska), Nikola Škorić (Short Notice Productions), Morana Vukić Perak (Alice in Blockchains), Domagoj Vuković (Human) i Luka Sučić (Short Notice Productions), koji su u sklopu projekta pripremili niz edukativnih materijala o ovoj temi, uključujući glosar

Web3 termina, edukativne reelove o tome zašto biznisi (ne) žele iskoristiti Web3 i blockchain tehnologije za razvoj poslovanja te članak s primjerima uspješnih Web3 kampanja. Također smo najavili središnji događaj ovoga mjeseca pod nazivom The Web3 & Blockchain That Speaks Your Language, koji će se održati 28. listopada 2025. od 16 sati u zagrebačkoj Uraniji, a obuhvatit će nekoliko programskih segmenata s naglaskom na pružanju sadržaja koji industriji pomaže razumjeti gdje Web3 donosi stvarnu vrijednost.

3. Predictions & Trends Hub

Radna skupina Predictions & Trends Hub u finalnoj je fazi izrade dokumenta koji se temelji na odnosu između trenda i hypea. Dokument će biti oblikovan kao praktičan vodič koji će industriji pružiti konkretne alate i kriterije za razlikovanje kratkotrajnih, prolaznih pojava od onih koje generiraju dugoročnu vrijednost za tržište. Kao dodatna podrška aktivnostima radnoj su se skupini priključili i novi članovi Boris Vukić (404) i Branimir Karačić (Sofascore), koji će uz postojeće članove Antonija Karlovića (WPP Media), Laru Stolnik (Selotejp), Marka Mikeša (Aleph Group) i Katarinu Exle (Cvoke) nastaviti rad na razvoju predikcija za 2026. godinu te sadržajnoj pripremi prosinačkog tematskog mjeseca ove skupine.

4. Web3 Hub

Radna skupina za Web3 u sklopu svog IAB Discovery tematskog mjeseca osmislila je niz edukativnih aktivnosti s ciljem informiranja tržišta o potencijalu, izazovima i praktičnoj primjeni Web3 i blockchain tehnologija u području digitalnog marketinga i komunikacija. Sadržaj se oslanja na ranije održanom istraživanju među članovima IAB-a Croatia o razini znanja, percepciji i iskustvu s navedenim tehnologijama unutar industrije. Na središnjem eventu mjeseca, koje je zakazano za 28. listopada od 16 sati u zagrebačkoj Uraniji, članovi Web3 Huba uživo će popularizirati ovu temu kroz bogatu agendu: Kickoff: Why Web3, Why Now je uvodna prezentacija Domagoja Vukovića (Human) o osnovnim principima ovih tehnologija; Case Files: Real Web3 & Blockchain Applications je prezentacija studija slučaja/primjeri uspješnog uključivanja Web3 i blockchaina u poslovanje, koju će održati Nikola Škorić (Short Notice Productions) & Luka Sučić (Short Notice Productions); Web3 & Blockchain in Dialogue je panel-diskusija s članovima radne skupine: Monikom Majstorović (A1 Hrvatska), Moranom Vukić Perak (Alice in Blockchains), Lukom Sučić (Short Notice Productions), Nikolom Škorić (Short Notice Productions) & Domagojem Vukovićem (Human) te Open Floor: Web3 in Your Business, opuštena otvorena diskusija u kojoj će članovi radne skupine savjetovati sudionike kako implementirati Web3 i blockchain u svoje poslovanje. Članovi radne skupine su: Monika Majstorović (A1 Hrvatska), Luka Sučić (Short Notice Productions), Nikola Škorić (Short Notice Productions), Morana Vukić Perak (Alice in Blockchains) i Domagoj Vuković (Human).

5. (Self)regulation Hub

Radna skupina za (samo)regulaciju, uz podršku IAB tima, zaključila je izradu Smjernica za bolje influenciranje, koje će biti objavljene početkom studenog. Smjernice su bile dostupne članstvu na uvid i komentiranje, a dobile su i odobrenje članova Uprave Odbora IAB Croatia. Članovima skupine sada je fokus na finalizaciji nacionalne komunikacijske kampanje „Važno je znati kad se plati“ koja će pratiti objavu Smjernica. Kampanju su oblikovale agencije 404, Komunikacijski laboratorij i Crew Media, a u sklopu kampanje podijelit će se i Deklaracija o boljem influenciranju, kojom će potpisnici potvrditi da vjeruju u influencer marketing koji je zakonit, pošten, pristojan i istinit te se zalažu za promociju Smjernica i načela struke, a svi će potpisnici biti javno objavljeni na glavnoj web stranici inicijative. Inicijativa je pokrenuta iz IAB-a Croatia te HURA-e kao organizatora, ali za još snažniji efekt članovi radne skupine dogovorili su i partnersku suradnju s drugim organizacijama, poput Hrvatske udruge digitalnih izdavača (HUDI), Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ), Europske komisije, Agencije za elektroničke medije, Udruge RODA i Zaklade Solidarna. Dodatno se i planira sadržaj te komunikacijski plan tematskog mjeseca posvećenog ovoj važnoj temi u sklopu inicijative IAB Discovery, a koji je planiran 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).

6. Privacy & Data Protection Hub

Radna skupina za privatnost i zaštitu podataka nastavila je s aktivnostima usmjerenima na pripremu novog dokumenta i IAB Discovery događanja posvećenog utjecaju integracije alata temeljenih na umjetnoj inteligenciji na obradu osobnih podataka unutar Europske unije. Fokus aktivnosti ostaje na izazovima usklađivanja s Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR) i ugovorima o obradi podataka (Data Processing Agreements), kao i na izradi preporuka za očuvanje privatnosti, zakonitu obradu podataka i transparentnost algoritamskog odlučivanja u poslovanju. Članovi radne skupine trenutno razmatraju format budućeg dokumenta (smjernice, priručnik, pregled tržišta) te izvore i primjere koji će poslužiti kao temelj za izradu materijala. Dodatno, radnoj skupini pridružila se Dubravka Štefanac iz A1 Hrvatska kao nova članica tima, a u tijeku je i inicijativa za uključivanje novih članova iz redova IAB-a Croatia, stoga su trenutni članovi radne skupine Mario Frančešević (SeekandHit), Marko Jambrešić (dentsu Croatia), Saša Milinović (OMD) i Dubravka Štefanac (A1 Hrvatska).

7. Organizacijski odbor MIXX Awards Croatia

Organizacijski odbora natjecanja MIXX Awards Croatia započeo je planiranje nove natjecateljske sezone. Na dosad dvije održane sjednice Odbora napravili su analizu prošle sezone, što će poslužiti kao podloga za planiranje daljnjih aktivnosti. Članovi su Odbora raspravljali o novostima koje planiraju uvesti, o postojećim i potencijalnim novim kategorijama, izmjeni Pravilnika natjecanja, promotivnim aktivnostima, a krenuli su i u sadržajno planiranje svog IAB Discovery tematskog mjeseca, koji je u planu za

siječanj 2026. Članovi Organizacijskog odbora su: Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy), Mario Frančešević (SeekandHit), Nebojša Grbačić (Cvoke), Đuro Korać (Nivas), Lucija Potočnik (Studio Sonda), Saša Škorić (Njuškalo) i Dunja Ivana Ballon (IAB Croatia).

8. Attention Hub

Radna skupina za pažnju u digitalnom marketingu odlučila je svoje sljedeće aktivnosti bazirati na ažuriranom dokumenta IAB-a Europe o pažnji u digitalnom marketingu, koji se izravno nadovezuje na teme i aktivnosti kojima se radna skupina već bavila. Dogovoren je termin nove koordinacije, gdje će na agendi biti planiranje daljnjih inicijativa, jedna od kojih je prilagođavanje i ažuriranje već izdanih Smjernica za pažnju u digitalnom marketingu. Članovi radne skupine su: Anja Sedak Burčak (Wiener osiguranje), Kristijan Gregorić (Valicon), Marko Jambrešić (dentsu Southeast Europe), Mia Lasić (Addiko bank), Saša Milinović (OMD), Damjan Planinc (Teads) i Matija Vučković (Eskimi).

9. AI Hub

Radna skupina za umjetnu inteligenciju je u fazi dorade svog dokumenta o korištenju umjetne inteligencije u digitalnom marketingu. Primljeni su komentari od članova Uprave Odbora IAB Croatia, prema kojima je proizašla promjena formata samog dokumenta, koji će biti objavljen u novom formatu naziva IAB Perspectives. Radi se o formatu koji okuplja stručnjake iz različitih područja i nudi višeslojan pogled na ključne teme digitalnog tržišta, u ovom slučaju umjetne inteligencije. Umjesto jednoznačnih uputa, IAB Perspectives donosi različite perspektive – od zakonodavnog okvira i etičkih izazova do praktične primjene generativnih alata – stvarajući kolekciju uvida koja omogućuje bolje razumijevanje i odgovorno korištenje umjetne inteligencije na tržištu. Članovi radne skupine su: Kamilo Antolović (Algebra Bernays), Vice Božić (GoAds), Mario Frančešević (SeekandHit), Kristijan Gregorić (Valicon), Lucija Knežić (Pegueot/Citroen/DS Automobiles), Sanja Rodinis (Experience TEN), Vanja Šebek (Algebra Bernays) i Duško Tubić (dentsu Southeast Europe).

10. IAB Croatia na Weekend Media Festivalu, Split Tech Cityju i Game Changeru 4.0

Kontinuirano sudjelujemo na relevantnim domaćim stručnim skupovima kako bismo potaknuli konstruktivne rasprave o ključnim temama digitalnog oglašavanja. U rujnu smo sudjelovali na Weekend Media Festivalu s panelom Real(ity) Check with IAB Croatia, gdje su kroz prizmu (samo)regulacije influencera članovi naše Radne skupine za (samo)regulaciju Mario Fraculj (Sveučilište Algebra Bernays), Dario Marčac (Crew) i Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij) otvorili pitanja označavanja komercijalnog sadržaja i transparentnosti u digitalnom prostoru u razgovoru koji je moderirala Barbara Tolić Aušić (IAB Croatia). Dodatno smo bili i na Split Tech City

Festivalu, gdje smo na dinamičnom panelu o budućnosti copywritinga i brendinga raspravljali o ulozi čovjeka i umjetne inteligencije u pisanju sadržaja, a razgovor su vodili 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 održali smo raspravu The Matrix has a business plan by IAB Croatia, na kojem su naši članovi Davor Bruketa (Bruketa&Žinić&Grey), Damir Ciglar (Imago Ogilvy) i Fran Mubrin (404) raspravljali o razvoju poslovnih strategija budućnosti i mogućnostima skaliranja inovacija uz pomoć umjetne inteligencije, a njihov je razgovor moderirala Dunja Ivana Ballon (HURA, IAB Croatia, Dani komunikacija). Također, na Game Changeru 4.0 organizirali smo i panel Strategies for Tomorrow: How Adtech Is Redefining the Battle for Audience Attention, na kojem su sudjelovali Vjekoslav Srednoselec (dentsu Southeast Europe), Ivan Brozović (AMA Group) i Nikola Jovanović (Havas Adriatic) uz moderaciju Anje Sedak Burčak (Wiener osiguranje), a zaključili su da se u eri AI personalizacije oglašivači moraju osloniti na tehnologije, podatke i kreativnosti koji mijenjaju način na koji brendovi privlače i zadržavaju pažnju svoje publike.

11. Vijesti članova

Velik broj članova Odbora IAB Croatia redovito dijeli informacije o svojim projektima, inicijativama i uspjesima, koje IAB Croatia kontinuirano prenosi kroz svoje komunikacijske kanale. Od posljednje sjednice zabilježeno je 33 objava, čime naši kanali sve više postaju središnje mjesto za praćenje ključnih događanja u industriji – od vijesti o uspjesima članica i njihovim sudjelovanjima na događanjima, do novih kampanja, istraživanja, suradnji i stručnih aktivnosti koje oblikuju domaću digitalnu scenu.

Zapisnik sastavili: Barbara Zorić, Project Coordinator, i Marin Vlainić, Head of Community