

## Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 25. studenog 2025.

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

### 1. Novi članovi

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

- **MediaNet**, agencija specijalizirana za analize medijskog sadržaja, mjerenje i evaluaciju učinaka medijske komunikacije te tržišna i medijska istraživanja.
- **L'Oréal**, hrvatska podružnica globalne L'Oréal Grupe i dio Adria-Balkan koji na regionalnom tržištu upravlja portfeljem više od 20 kozmetičkih brendova iz područja njege kože, kose, mirisa i dekorativne kozmetike.
- **Brigada**, zagrebački studio za prostorni, arhitektonski i interijerski dizajn specijaliziran za kreiranje retail i uredskih prostora.
- **Studio Sudar**, grafički studio osnovan 2005. godine, specijaliziran za oblikovanje vizualnih identiteta, branding, ambalažu, publikacije, web dizajn i animacije.

Dodatno, od posljednjeg je sastanka Uprave jedan od članova, tvrtka Presscut, odlučila da će umjesto njih u članstvo IAB-a Croatia uključiti tvrtku MediaNet iz iste grupacije.

### 2. IAB Croatia Online Media AdEx i HUDI

Kako se približava početak priprema za novi Online Media AdEx, Uprava je ponovno otvorila pitanje njegove zajedničke realizacije s HUDI-jem, s namjerom da se projekt nastavi i dalje razvija. Tijekom ljeta inicirali smo suradnju s Hrvatskom udrugom digitalnih izdavača (HUDI) te smo održali i prvi sastanak na kojem su sudjelovali predstavnici HUDI-ja i IAB-a Croatia. Kako nakon tog inicijalnog susreta nije bilo daljnjeg feedbacka na otvorene teme, Uprava preporuča poslati novi, formalni poziv ispred naše radne skupine koji bi dodatno izrazio našu otvorenost, konstruktivnost i spremnost na suradnju na projektu za koji vjerujemo da je važan za cijelu industriju.

### 3. Povlačenje velikih globalnih platformi s nacionalnog tržišta

U kontekstu povlačenja velikih globalnih platformi s nacionalnog tržišta i izazova koje takav razvoj situacije donosi za industriju, IAB Croatia će poduzeti dodatne korake usmjerene na bolje razumijevanje učinaka ovih promjena na članove. U tu svrhu, član Uprave Odbora IAB Croatia Mario Frančešević pripremit će upitnik kojim će se od agencija i oglašivača prikupiti povratne informacije o konkretnim problemima s kojima se suočavaju, a koji ranije nisu bili prisutni. Cilj je jasno identificirati ključne poteškoće na strani klijenata i agencija, dobiti uvid u aktualno stanje na tržištu te, na temelju prikupljenih saznanja, definirati aktivnosti kroz koje IAB Croatia može članstvu pružiti dodatnu podršku.

#### 4. IAB Discovery: The Month of Web3

Listopadsko izdanje IAB Discoveryja posvećenog temi Web3 i blockchain tehnologija realizirano je kao mjesec aktivnosti u kojem su članovi **Web3 Huba** na konkretnim primjerima približili potencijal ovih tehnologija tržištu. Svoja su viđenja važnosti Web3 i blockchain tehnologija kroz komunikacijske materijale podijelili Monika Majstorović (A1 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 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. Program mjeseca oslanjao se na ranije provedeno istraživanje među članovima IAB-a Croatia o razini znanja, percepciji i iskustvu s navedenim tehnologijama, a kulminirao je središnjim događajem The Web3 & Blockchain That Speaks Your Language, održanim 28. listopada 2025. od 16 sati u zagrebačkoj Uraniji. Na tom su događanju članovi Web3 Huba uživo predstavili ključne uvide kroz nekoliko programskih cjelina: kombinacijom uvodnog konteksta, konkretnih primjera primjene u praksi, strukturiranog dijaloga i otvorene diskusije sudionicima je omogućeno da bolje razumiju gdje Web3 i blockchain donose stvarnu poslovnu vrijednost te koje su realne prepreke njihovoj implementaciji. Kroz razmjenu iskustava i pitanja iz publike dodatno su rasvijetljene teme kao što su očekivanja tržišta, potrebna količina znanja i resursa te načini na koje se ove tehnologije mogu postupno i odgovorno uvoditi u postojeće modele poslovanja, čime je postavljen kvalitetniji okvir za daljnje strateško razmatranje Web3 rješenja u industriji digitalnog marketinga i komunikacija.

#### 5. Predictions & Trends Hub

**Radna skupina Predictions & Trends Hub** dovršila je izradu dokumenta Digitalni trendovi: prilika ili hype, koji je trenutačno na pregledu kod Uprave te će, nakon njihovog odobrenja, biti upućen članstvu na razmatranje kao praktičan vodič za razlikovanje prolaznog hypea od trendova koji donose stvarnu i održivu vrijednost tržištu. Članovi radne skupine Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Lara Stolnik (Selotejp), Marko Mikeš (Aleph Group), Katarina Exle (Cvoke), Boris Vukić (404) i Branimir Karačić (Sofascore) su također započeli izradu predikcija trendova na digitalnom tržištu za 2026. godinu, koji će biti predstavljeni na njihovom IAB Discovery događanju 10. prosinca u 16 sati. Uz podršku IAB tima, radna skupina istovremeno radi na komunikacijskom planu za svoj Discovery mjesec s ciljem da sadržaji i zaključci budu jasno strukturirani, lako primjenjivi u praksi te relevantni za što širi krug dionika u industriji.

#### 6. (Self)regulation Hub

**Radna skupina za (samo)regulaciju**, uz podršku IAB tima, u završnoj je fazi provedbe nacionalne komunikacijske kampanje „Važno je znati kad se plati“, kojom je popraćena objava Smjernica za bolje influenciranje. Kampanju, koju su oblikovale agencije 404, Komunikacijski laboratorij i Crew Media, snažno je podržao velik broj

članova IAB-a, a više od 140 agencija, oglašivača, medija i influencera potpisalo je Deklaraciju o boljem influencanju kojom potvrđuju vjeru u influencer marketing koji može biti bolji kad je iskren, jasan i odgovoran. Potpisnici se Deklaracije obvezuju podržavati Smjernice i pravila struke te svojim radom davati primjer transparentne komunikacije i brige za povjerenje publike, poštene uvjete na tržištu i sadržaj koji stoji iza onoga što obećava. Inicijativa je pokrenuta iz IAB-a Croatia pod okriljem HURA-e, uz partnersku podršku Hrvatske udruge digitalnih izdavača (HUDI), Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ), Udruge RODA i Zaklade Solidarna, a dodatnu snagu kampanji dali su rezultati PR aktivnosti kroz objave i priloge u medijima poput Dnevnika Nove TV, Lidera, Netokracije, Jutarnjeg lista, HRT-a, RTL Danas i drugih. Kampanja je također osvanula u (D)OOH formatima te dobila svoje mjesto u oglasnoj sekciji novinskih portala. Kao važan iskorak u javnoj prezentaciji inicijative, 24. studenoga u suradnji s Europskom komisijom održano je događanje predstavljanja Smjernica za bolje influencanje, na kojem su članovi radne skupine, uz predstavnicu Predstavništva Europske komisije u Hrvatskoj Andreu Čović Vidović, predstavnicu HUDI-ja Anamariu Todorčić te influencere Marka Vuletića, Niku Pavičić, Jana Mihaljevića i Tenu Sakar Vukić, publici približili važnost inicijative, motive za njezino pokretanje, utjecaj na komunikacijsko tržište i sadržaj samih Smjernica. U radnoj skupini za (samo)regulaciju sudjeluju: Mario Fraculj (Algebra), Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), Nikola Vrdoljak (404), Kamilo Antolović (Algebra), Dario Marčac (Crew) i Sandra Babić (Lider).

## 7. Privacy & Data Protection Hub

**Radna skupina za privatnost i zaštitu podataka**, u čijem radu sudjeluju Mario Frančešević (SeekandHit), Marko Jambrešić (dentsu Croatia), Saša Milinović (OMD) i Dubravka Štefanac (A1 Hrvatska), usmjerena je na stručnu razradu pitanja vezanih uz obradu osobnih podataka u digitalnom oglašavanju. U središtu aktivnosti nalazi se tema utjecaja integracije alata temeljenih na umjetnoj inteligenciji na zaštitu privatnosti i usklađenost s relevantnim propisima Europske unije, osobito Općom uredbom o zaštiti podataka (GDPR). U sklopu daljnje razrade teme, radna skupina odlučila je uključiti i perspektivu vanjskog stručnjaka te je dogovorila sastanak s Alenom Delićem, koji će s članovima podijeliti svoja iskustva i stručne uvide o praktičnim izazovima primjene alata temeljenih na umjetnoj inteligenciji u kontekstu zaštite podataka. Nakon održanog sastanka radna će skupina u postojeći koncept ugraditi dodatne preporuke i primjere iz prakse te nastaviti s pripremom dokumenta, vodeći računa da buduće smjernice budu što primjenjivije i korisnije za članove IAB-a Croatia i širu industriju.

## 8. Organizacijski odbor MIXX Awards Croatia

**Organizacijski odbora natjecanja MIXX Awards Croatia** je u proteklom razdoblju održao tri sjednice na kojima su definirane ključne novosti šesnaestog izdanja natjecanja te su otvorene prijave na MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media. Natjecanje se dodatno povezuje s globalnim digitalnim ekosustavom kroz partnerstvo s tvrtkom Admixer Media, službenim prodajnim predstavnikom za Google

Ads u Hrvatskoj. Uvedene su nove kategorije koje prate aktualne potrebe tržišta: Best Social Campaign u skupini I Kampanje, Best Social Media u skupini II Alati/Platforme, Best Export Campaign i Best Export Platform, kao i preciznije razrađene kategorije za izdavače Publisher Campaign i Best Publisher Content. Natjecateljima će dodatnu podršku pružiti i novi alat MIXX Fit Check, kratki upitnik koji im pomaže procijeniti odgovara li njihov projekt natjecanju i u koju ga kategoriju optimalno prijaviti, uz dostupne primjere pobjedničkih projekata i detaljna pojašnjenja u Pravilniku na službenim stranicama Dana komunikacija. 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).

## 9. AI Hub

**Radna skupina za umjetnu inteligenciju** je završila doradu svog dokumenta IAB Perspectives prema komentarima članova Uprave Odbora IAB Croatia te je dokument upućen članstvu na razmatranje kao zbirka stručnih i praktičnih eseja o razvoju umjetne inteligencije, pravnim i etičkim pitanjima, primjeni generativnih AI alata u praksi te njihovom utjecaju na hrvatsko online oglašivačko tržište. Dokument je članstvu dostupan u web formatu, u obliku u kojem će nakon konačnog usvajanja biti i javno objavljen, te u PDF formatu, a članovi su pozvani dostaviti svoje komentare i prijedloge u roku od dva tjedna, s ciljem da se finalna verzija dodatno uskladi s potrebama tržišta. Materijale su izradili članovi Radne skupine za umjetnu inteligenciju Kamilo Antolović (Sveučilište Algebra Bernays), Vice Božić (GoAds), Mario Frančešević (SeekandHit), Kristijan Gregorić (Valicon), Lucija Knežić (Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Leapmotor, Fiat, Jeep, Alfa Romeo i Abarth), Sanja Rodinis (Experience TEN), Vanja Šebek (Sveučilište Algebra Bernays) i Duško Tubić (dentsu Croatia).

## 10. 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 29 objava. Ujedno, ovim putem, pozivamo članove da s nama dijele vijesti o uspjesima svojih tvrtki, sudjelovanjima na događanjima, novim kampanjama, istraživanjima, suradnjama i stručnim aktivnostima koje doprinose razvoju domaće digitalne scene.

Zapisnik sastavile: Barbara Zorić i Karla Drašković