

Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 13. siječnja 2026.

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

1. Novi članovi

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

- **Agencija 101** je neovisna full-service agencija, specijalizirana za kreativne i strateške marketinške usluge. S fokusom na inovativna rješenja, agencija nudi širok spektar usluga u području oglašavanja, digitalnog marketinga, dizajna i brendiranja.
- **Havas Adriatic** je regionalna full-service agencija koja pruža integrirana rješenja u području kreativnog, medijskog i digitalnog marketinga, s jasnim fokusom na strategiju, inovacije i rast brendova na više tržišta.
- **Udica** je kreativni tim koji se bavi dizajnom, sadržajem za društvene mreže i produkcijom vizualnih materijala za brendove. U svom pristupu naglašavaju pretvaranje kreativnih odluka u konkretnu realizaciju, uz usluge koje obuhvaćaju grafički i web dizajn, oglašavanje te animaciju i video.
- **Vrh komunikacije** je PRO-kreativna agencija iz Splita koja stvara priče koje javnost pamti i povezuje se s brendovima na emocionalnoj razini.

2. 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 40 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.

3. Dani komunikacija 2026

Krajem studenoga otvorene su prijave za Dane komunikacija 2026, koji će se održati od 7. do 10. svibnja u rovinjskom hotelu Lone. I ove je godine poseban naglasak stavljen na pristupačnost sudjelovanja pa su za članove IAB-a Croatia i HURA-e osigurane izrazito povoljne kotizacije u ranom prijavnom razdoblju kako bi što veći broj sudionika mogao iskoristiti priliku za sudjelovanje na festivalu. Dani komunikacija i u nadolazećem izdanju donose visokokvalitetan program s kombinacijom inspirativnih predavanja, stručnih

diskusija, strukovnih natjecanja, popratnih sadržaja i prilika za umrežavanje. Članove već sada potičemo da iskoriste aktualne cijene i planiraju dolazak, a mi se veselimo ponovnom druženju i susretu cijele industrije u Rovinju.

4. Predictions & Trends Hub

U sklopu formata IAB Discovery: The Month of Predictions & Trends, čije je središnje događanje održano 10. prosinca u 16 sati u zagrebačkom Holographik Spaceu, članovi **Radne skupine Predictions & Trends**, Katarina Exle (Cvoke), Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Marko Mikeš (Aleph), Lara Stolnik (Selotejp) i Boris Vukić (404), predstavili su metodologiju iz objavljenog dokumenta „Digitalni trendovi: prilika ili hype?“, pritom jasno definirajući pet kriterija za procjenu trendova. Uz metodologiju, na događanju su iznijeli i svojih sedam predviđanja digitalnih trendova za 2026. godinu. Tijekom cijelog tematskog mjeseca Radna skupina bavila se i razvojem komunikacijskih materijala te je otvorila prostor za kritičko promišljanje budućnosti digitalnog tržišta s ciljem razlikovanja stvarnih prilika od prolaznog hypea. Kroz ekspertne uvide članova Predictions & Trends Huba, panel-razgovore, medijske analize, praktične alate i edukativne formate, obrađene su ključne teme relevantne industriji. Osim Discovery mjeseca, aktivno su radili na dovršavanju dokumenta IAB Croatia Digital Trends Forecast 2026, koji predstavlja stručnu procjenu digitalnih trendova s realnim tržišnim potencijalom u 2026. Trendove koje su izdvojili su: Attention Optimisation, Incrementality, AI Creative Fatigue, Retail Media, Generative Engine Optimisation (GEO), AI-Powered Ad Targeting i Connected TV (CTV), a dokument prvo prolazi pregled Uprave te se nakon toga šalje članstvu na razmatranje i prijedloge.

5. (Self)regulation Hub

Nakon što je **Radna skupina za (samo)regulaciju** provela nacionalnu komunikacijsku kampanju „Važno je znati kad se plati“ fokusiranu na transparentno označavanje plaćenih influencer suradnji, napravljena je interna evaluacija te pregled o provedenim aktivnostima i rezultatima kampanje kojom je popraćena objava Smjernica za bolje influenciranje. Radna skupina, čiji su članovi Mario Fraculj (Algebra), Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), Nikola Vrdoljak (404), Kamilo Antolović (Algebra), Dario Marčac (Crew) i Sandra Babić (Lider), održala je i dodatnu koordinaciju na kojoj je raspravila dosege kampanje, uključujući i širu podršku članova IAB-a te potpisivanje Deklaracije o boljem influencanju od strane više od 150 dionika, kao i vidljivost ostvarenu kroz PR objave i medijske priloge te prisutnost u DOOH i online oglasnim formatima. Na sastanku su razmotrene i moguće buduće aktivnosti te sljedeći koraci inicijative.

6. 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), nastavlja s razradom pitanja obrade osobnih podataka u

digitalnom oglašavanju, s posebnim naglaskom na to kako integracija alata temeljenih na umjetnoj inteligenciji utječe na privatnost korisnika i usklađenost s relevantnim propisima Europske unije, osobito GDPR-om. U sklopu tog rada održan je sastanak s Alenom Delićem, koji je članovima dao konkretne prijedloge i komentare na dosad razrađene ideje te ukazao na praktične izazove i točke koje je potrebno dodatno pojasniti kako bi buduće smjernice bile što primjenjivije u stvarnim poslovnim situacijama. Nakon sastanka održana je interna koordinacija Radne skupine na kojoj su članovi uskladili sljedeće korake i dogovorili da će dodatnu stručnu perspektivu potražiti i kroz savjetovanje s odvjetnicom Ivanom Delalić, kojoj je poslana dosadašnja razrada teme na pregled, nakon čega će se organizirati zajednička koordinacija radi rasprave njezinih povratnih informacija i eventualnih izmjena sadržaja. Paralelno s razradom dokumenta, Radna skupina započela je i planiranje svog tematskog Discovery mjeseca, koji će se održati u ožujku, s ciljem da se tema umjetne inteligencije i privatnosti dodatno obradi kroz strukturirane sadržaje i formate namijenjene članovima i široj industriji.

7. Organizacijski odbor MIXX Awards Croatia

Organizacijski odbor natjecanja MIXX Awards Croatia, koji čine Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy), Mario Frančesević (SeekandHit), Nebojša Grbačić (Cvoke), Đuro Korać (Nivas), Lucija Potočnik (Studio Sonda), Saša Škorić (Njuškalo) i Dunja Ivana Ballon (IAB Croatia), zajednički je isplanirao Discovery tematski mjesec IAB Discovery: The Month of MIXX, posvećen natjecanju MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media. Središnje događanje mjeseca, So You Want to Win MIXX?, održano je 20. siječnja 2026. u Uraniji u Zagrebu, a program je bio strukturiran kroz nekoliko tematskih sekcija. U uvodnom dijelu događanja je otvorila Dunja Ivana Ballon (IAB Croatia), nakon čega su novosti u pravilniku i kategorijama predstavili Eva Trstenjak (IAB Croatia) i Nebojša Grbačić (Cvoke), predsjednik žirija. O iskustvu prijašnjih dobitnika Saša Škorić (Njuškalo) razgovarao je s Draženom Smarandujem (Think Say Make Do), Brigitom Krog (Imago Ogilvy), Barbarom Tadić (404) i Katarinom Exle (Cvoke). O perspektivi klijenata razgovarala je Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy) uz Tamaru Karagity (INA), Marinu Marinčič (Kaufland) i Petru Veljević (Telegram). O procesu žiriranja Lucija Potočnik (Studio Sonda) i Đuro Korać (Nivas) razgovarali su s ovogodišnjim članovima žirija, Ana Marijom Malić (Ured za ideje), Ivom Obrovac (Rokkin Marketing) i Domagojem Davidovićem (MinusMinus Agency). Program je zaključen s Marijom Frančesevićem (SeekandHit), Ivanom Prakiš (Admixer Media), Antonijem Karlovićem (WPP Media Croatia) i Larom Stólnik (Selotejp), koji su podijelili predviđanja trendova za nadolazeću godinu, nakon čega je uslijedio blok pitanja publike i neformalno druženje. Uz središnje događanje, Organizacijski odbor isplanirao je i niz popratnih komunikacijskih aktivnosti kojima se tijekom mjeseca dodatno približava natjecanje MIXX Awards Croatia i potiče kvalitetna priprema prijava. Plan uključuje objave s izjavama članova odbora, predstavljanje novih kategorija, edukativne sadržaje s praktičnim savjetima za prijavitelje, sažetke ključnih uvida i zaključaka nakon događanja te dodatne formate poput grupnog intervjua, tematskih rasprava i studija slučaja nagrađivanih prijava iz prethodne godine.

8. AI Hub

Radna je skupina za umjetnu inteligenciju, nakon pregleda Uprave te razmatanja članstva, dovršila i objavila dokument IAB Perspectives: Umjetna inteligencija u digitalnom marketingu, zbirku stručnih eseja koja donosi pregled utjecaja umjetne inteligencije na digitalni ekosustav, s posebnim naglaskom na marketing i online oglašavanje. Dokument je zamišljen kao otvoreni, „živi“ format koji se može nadopunjavati i ažurirati u skladu s brzim razvojem tehnologije, a sadržajno obuhvaća ključne teme poput definicije i razvoja umjetne inteligencije, pravnih i etičkih pitanja, primjene GenAI alata u marketingu, izrade kvalitetnih promptova, utjecaja na hrvatsko online oglašivačko tržište te fenomena halucinacije. Autori dokumenta su članovi Radne skupine: Kamilo Antolović (Sveučilište Algebra Bernays), Vice Božić (GoAds), Mario Frančesević (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).

9. Research Hub

Radna skupina za istraživanje tržišta, u čijem radu sudjeluju Senka Brajović (Improve), Vida Cencić (Ipsos Hrvatska), Helena Erceg (Improve), Jelena Halić (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Viktor Jonjić (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Nika Mutić (Valicon Hrvatska), Matej Sever (Ipsos) i Josip Tvrtković (Valicon Hrvatska), završila je i provela istraživanje među članovima IAB-a Croatia i klijentima njihovih kompanija s ciljem dobivanja uvida u percepciju, razinu korištenja te izazove povezane s tržišnim istraživanjima unutar industrije, a trenutno su u tijeku aktivnosti obrade i interpretacije prikupljenih podataka. Na temelju uvida iz istraživanja, Radna skupina, uz podršku IAB Croatia tima, priprema tematski mjesec koji će se održati u veljači, pri čemu će komunikacijski materijali i sadržaji biti usmjereni na približavanje konkretnih koristi koje sustavno istraživanje donosi oglašivačkoj industriji te na osvještavanje prednosti promišljenog korištenja podataka u digitalnom ekosustavu, uključujući informiranije planiranje kampanja, preciznije ciljanje publike i donošenje bolje utemeljenih poslovnih odluka. Teme događanja i popratnih formata bit će prilagođene potrebama i interesima publike identificiranima kroz istraživanje, s naglaskom na jačanje istraživačkih kapaciteta industrije i podizanje standarda u korištenju tržišnih podataka.

10. Effie Awards Croatia 2026

Effie Awards Croatia, najznačajnije domaće natjecanje koje nagrađuje marketinšku učinkovitost, ušlo je u svoju 17. sezonu, a prijave su otvorene do 20. veljače 2026. Natjecanje obuhvaća dvije skupine kategorija, pri čemu se projekti mogu prijaviti u jednu kategoriju proizvoda i usluga te do tri posebne kategorije, uz prošireni set kategorija koji sada uključuje, među ostalim, nove kategorije Automobilska industrija i postprodaja,

Energetika, Kultura i umjetnost, Putovanja i turizam, Sport, zabava i slobodno vrijeme te posebne kategorije poput Lansiranja proizvoda ili usluge, Inovacija u marketingu i poslovanju, Umjetne inteligencije, Influencer marketinga i drugih. Kao novost uvedena je mogućnost navođenja rezultata i u kreativnom videosažetku, pod uvjetom da su isti rezultati navedeni i u pisanoj prijavi, čime se omogućuje cjelovitije predstavljanje projekata, uz zadržavanje ključne uloge kvalitetno strukturirane pisane prijave. Za prijavitelje je osigurana i dodatna stručna podrška kroz dva formata: besplatni seminar za Effie prijavitelje i Effie kliniku. Seminar, koji će se održati 15. siječnja 2026. u trajanju od 90 minuta, namijenjen je svima koji žele bolje razumjeti Effie okvir učinkovitosti, strukturu prijavnice, način argumentiranja rezultata i kvalitetnog korištenja podataka, uz konkretne savjete i primjere iz prakse članova i suradnika Organizacijskog odbora: Dinu Dretvić, Marija Fraculja i Antu Šalinovića. Effie klinika dodatno produbljuje tu podršku kroz individualne, tridesetominutne konzultacije za ograničen broj prijavitelja, posebno one koji se prvi put prijavljuju, nisu sudjelovali dulje vrijeme ili imaju specifičan izazov u prijavi. U tom formatu prijavitelji mogu dobiti usmjerenje oko pozicioniranja rada, izbora kategorije i strukturiranja ključnih dijelova prijave, pri čemu su konzultacije povjerljive i savjetodavne prirode te ne utječu na kasniji proces žiriranja, nego služe kao pomoć da prijave budu što jasnije, utemeljenije i učinkovitije.

11. Young Lions Croatia 2026

Young Lions Croatia otvorio je prijave za novo izdanje nacionalnog natjecanja pod licencom Cannes Lionsa, namijenjenog mladim profesionalcima iz industrije komunikacija do 30 godina koji u timovima od dvoje u roku od 24 sata rješavaju brief zadalog klijenta. Natjecanje, koje ove godine slavi svoje 10. izdanje, održat će se uživo 21. i 22. veljače 2026. u zagrebačkom ZICER-u, a sudionici se mogu prijaviti u jednu od šest kategorija koje pokrivaju ključna područja komunikacijske industrije: Digital, Design powered by Igepa Plana, Media, PR, Print i Marketers. Pobjednički tim osvojit će odlazak na festival Cannes Lions i pravo predstavljanja Hrvatske na globalnom Cannes Young Lions natjecanju, a kako bi se u svim kategorijama prepoznala najkvalitetnija rješenja, radove će ocjenjivati žiri sastavljen od stručnjaka iz različitih područja komunikacijske industrije. Predsjednik je ovogodišnjeg žirija Marko Šesnić (Šesnić&Turković), a uz njega žiri čine Ružica Ilak (Pragma komunikacije), Krešimir Macan (Manjgura), Mario Frančešević (SeekandHit), Marko Jambrešić (dentsu), Ivo Payer (Publicis), Irena Šarić Dombaj (L'Oreal), Vanja Prahic (Croatia osiguranje), Ljiljana Ivošević (OMD) i Hrvoje Pilić (Ahelon). Žiriju će se pridružiti i tajni član, predstavnik klijenta, kojeg će natjecatelji upoznati na početku natjecanja. Prijave su otvorene do 13. veljače 2026., a natjecateljska sezona službeno počinje kick-off događanjem The Hunt Begins 5. veljače u Botaničaru u Zagrebu, za koje je potrebno potvrditi dolazak na info@danikomunikacija.com do 2. veljače.

12. Okupljanje članova

Uprava je potvrdila da se planira godišnje okupljanje članova u ljetno-jesenskom terminu, na kojem će se predstaviti dosadašnje aktivnosti IAB-a Croatia te okvir budućih planiranih aktivnosti i inicijativa. Detaljnije informacije o formatu, terminu i programu okupljanja bit će komunicirane članovima u drugoj polovici godine, bliže samom događanju. Godišnje okupljanje važna je prilika da se cijela IAB zajednica nađe na jednom mjestu, posveti IAB temama i usmjeri daljnji razvoj zajedničkih aktivnosti.

13. Attention Hub

Radna skupina za pažnju u digitalnom marketingu, u čijem radu sudjeluju 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), na koordinacijama je definirala okvir svojih sljedećih aktivnosti i usuglasila se oko ključnog fokusa rada. Članovi su se dogovorili da će prilagoditi dokument IAB Europe [Updated Guide to Attention in Digital Marketing](#), za što je prethodno dobiveno formalno odobrenje autora dokumenta. U sljedećoj će fazi rad biti usmjeren na prilagođavanje postojećih Smjernica specifičnostima lokalnog tržišta te na nadogradnju dokumenta relevantnim studijama slučaja, s naglaskom na sustavno uvažavanje konteksta domaće industrije pri oblikovanju sadržaja.

Zapisnik sastavile: Barbara Zorić i Karla Drašković