

## Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 10. ožujka 2026.

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

### 1. Novi članovi

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

- **Ledo** je hrvatska prehrambena kompanija i dio Nomad Foodsa, poznata kao najveći domaći proizvođač sladoleda te jedan od vodećih distributera smrznute hrane u Hrvatskoj i regiji.
- **Project Agora** je adtech tvrtka koja pomaže izdavačima i oglašivačima u ostvarivanju ciljeva izvedbe na otvorenom webu putem programatskih i nativnih oglašivačkih rješenja. Posluje na više tržišta i surađuje s premium izdavačima u više od 22 zemlje.
- **STARS Adriatic & Balkans**, koja je dio STARS grupe, pomaže oglašivačima ostvariti veću jasnoću, bolju kontrolu i viši ROI medijskih ulaganja. Bave se organizacijom medijskih natječaja i praćenjem izvršenja obveza agencija, provođenjem medijskih audita u smislu benchmarkova (cijene i kvalitete), provođenjem detaljnih revizija digitalnih medija te Marketing Mix Modelingom.
- **Lemons Lemons** je digitalna platforma koja povezuje klijente s freelancerima, agencijama i alatima kroz unaprijed definirane usluge s jasnim opsegom rada i fiksnim cijenama.
- **LOOD Media** je medijska kuća koja producira moderne sadržajne formate — podcast, video i digitalne kampanje te okuplja rastuću zajednicu ljudi željnih istraživanja ljudskog iskustva, dubine i smisla. Surađuju s brendovima i pomažu im da kroz autentičan storytelling ostvare svoje marketinške ciljeve.

### 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 zabilježena je 61 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. Predictions & Trends Hub

Radna skupina **Predictions & Trends**, koju čine Katarina Exle (Cvoke), Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Marko Mikeš (Aleph), Lara Stolnik (Selotej) i Boris Vukić (404), dovršila je dokument IAB Croatia Digital Trends Forecast 2026, koji je nakon pregleda Uprave i razmatranja članstva objavljen te je dostupan javnosti na web stranici IAB-a Croatia. Dokument donosi stručnu procjenu digitalnih trendova s realnim tržišnim potencijalom u 2026. godini te obuhvaća trendove Attention Optimisation, Incrementality, AI Creative Fatigue, Retail Media, Connected TV (CTV), AI-Powered Ad Targeting i Generative Engine Optimisation (GEO).

#### 4. (Self)regulation Hub

D.I. Ballon inicirala je pripremu dopisa za Ministarstvo pravosuđa, uprave i digitalne transformacije, kojim se želi skrenuti pozornost na potrebu jasnijeg i provedivog regulatornog okvira, a članovi **Radne skupine za (samo)regulaciju** Mario Fraculj (Algebra), Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), Nikola Vrdoljak (404), Kamilo Antolović (Algebra), Dario Marčac (Crew) i Sandra Babić (Lider) dopis su pregledali i odobrili. U dopisu je istaknuto da je struka već provela važne korake kroz samoregulaciju, uključujući inicijativu „Važno je znati kad se plati“ i razvoj Smjernica za bolje influencanje, te je upućen apel da se kao minimalni standard zaštite potrošača osigura zabrana neoznačenog plaćenog sadržaja uz odgovarajuće mehanizme nadzora i sankcioniranja. Paralelno, članovi Radne skupine sudjelovali su i u pripremi članka za Lider Media, u kojem su iz perspektive struke dali komentare o monetizaciji kreatora sadržaja, stabilnosti njihovih prihoda i utjecaju platformi, kao i o praksi i odgovornosti vezanoj uz označavanje sponzoriranog sadržaja te jasnoći postojećeg regulatornog i samoregulatornog okvira.

#### 5. Privacy & Data Protection Hub

**Radna skupina za privatnost i zaštitu podataka**, u čijem radu sudjeluju Mario Frančesević (SeekandHit), Marko Jambrešić (dentsu Croatia), Saša Milinović (OMD) i Dubravka Štefanac (A1 Hrvatska), nastavila je s razradom tema obrade osobnih podataka u digitalnom oglašavanju, s naglaskom na utjecaj integracije alata umjetne inteligencije na privatnost i usklađenost s propisima Europske unije, osobito GDPR-om. Nakon što su zaprimljeni komentari i prijedlozi vanjskih stručnjaka, odvjetnice Ivane Delalić i Alena Delića, Radna je skupina dodatno uskladila sadržaj i zaključke te pripremila tematski mjesec IAB Discovery: The Month of Privacy & Data Protection, posvećen privatnosti, zaštiti podataka, regulatornom okviru i praktičnim dilemama primjene AI-ja. Središnje događanje Rules of AI & Data Privacy You Can't Ignore održat će se 11. ožujka u 16 sati u zagrebačkoj Uraniji, uz uvodnu prezentaciju Briefing: Inside the IAB Privacy & Data Protection Hub koju će održati Saša Milinović (OMD) te panel raspravu na kojoj će Dubravka Štefanac (A1 Hrvatska), odvjetnica Ivana Delalić, Anamarija Mladinić (Agencija za zaštitu osobnih podataka) i Andrea Čović Vidović (Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj) raspravljati o regulatornim okvirima, izazovima usklađivanja s GDPR-om te konkretnim primjerima iz prakse. Uz događanje, radna skupina osmislila je i popratne komunikacijske materijale koji će tijekom mjeseca osvještavati publiku o njihovoj temi. Planirane su infografike koje jasno i pregledno prikazuju ključne uvjete zakonite obrade podataka te razliku u ulogama i obvezama voditelja obrade u odnosu na dobavljače AI sustava. Pripremljen je i format e-Dileme koji otvara neka od najčešćih pitanja iz prakse: tko snosi odgovornost kada AI obrađuje osobne podatke, kako u takvim slučajevima osigurati transparentnost te kako se u stvarnim scenarijima primjenjuju prava ispitanika. Dodatno, kroz grupni intervju članovi radne skupine predstaviti će svoje stručne uvide i perspektive iz različitih poslovnih i operativnih konteksta, čime će se tema dodatno sagledati iz više relevantnih kutova i približiti praktičnim izazovima s kojima se industrija susreće.

#### 6. MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media

**MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media** ove je godine zaključio prijavni proces s rekordnim brojem prijava, njih gotovo 180, čime je još jednom potvrđen kontinuiran rast interesa za natjecanje, ali i snažan razvoj domaćeg digitalnog tržišta. Nakon zatvaranja prijava započeo je i prvi krug žiriranja, a tim je povodom održan inicijalni sastanak i edukacija žirija na kojem su članovi dodatno upoznati s kriterijima ocjenjivanja i usklađena su očekivanja kako bi proces vrednovanja prijavljenih radova bio što kvalitetniji i konzistentniji. U sklopu sastanka predsjednik ovogodišnjeg žirija Nebojša Grbačić (Cvoke) i prošlogodišnja

predsjednica žirija Nela Fegić Moguljak (Imago Ogilvy) podijelili su svoja iskustva i praktične uvide vezane uz pristup ocjenjivanju, nakon čega je započela detaljna evaluacija prijavljenih projekata kroz pregled, analizu i raspravu unutar žirija. Provedbu natjecanja i koordinaciju aktivnosti prati Organizacijski odbor u sastavu 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).

## 7. AI Hub

**Radna skupina za umjetnu inteligenciju**, koju čine Kamilo Antolović (Sveučilište Algebra Bernays), Vice Božić (GoAds), Kristijan Gregorić (Valicon), Lucija Knežić (Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Leapmotor, Fiat, Jeep, Alfa Romeo i Abarth), Vanja Šebek (Sveučilište Algebra Bernays) i Duško Tubić (dentsu Croatia), održala je novu koordinaciju nakon objave dokumenta IAB Perspectives: Umjetna inteligencija u digitalnom marketingu, na kojoj je započeto planiranje daljnjih aktivnosti Radne skupine. Na istoj su koordinaciji evidentirane promjene u sastavu Radne skupine, pri čemu su se Sanja Rodinis (Experience TEN) i Mario Frančesević (SeekandHit) isključili iz daljnjeg rada. Također, sukladno Poslovniku radnih skupina, članovi su konsenzusom izglasali Vicu Božića (GoAds) za predstavnika Radne skupine.

## 8. 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), Matej Sever (Ipsos Hrvatska) i Josip Tvrković (Valicon), obradila je rezultate provedenog istraživanja među članovima IAB-a Croatia i klijentima njihovih kompanija te je na temelju dobivenih uvida tijekom veljače pripremila tematski mjesec IAB Discovery. U sklopu mjeseca održano je središnje događanje IAB Discovery: The Research Advantage, posvećeno praktičnoj ulozi istraživanja tržišta u donošenju sigurnijih i kvalitetnijih poslovnih odluka, a program je bio usmjeren na razumijevanje načina na koji se istraživanja danas koriste u praksi, primjere dobre istraživačke primjene te razvoj struke i budućih istraživačkih pristupa. Uz središnje događanje, Radna je skupina pripremila i niz popratnih komunikacijskih materijala kojima je dodatno približila temu tržišnih istraživanja široj industriji. Ti su materijali obuhvatili ekspertne uvide članova Research Huba, prikaz ključnih nalaza provedenog istraživanja, sadržaje u formatu „mit ili istina“ o čestim zabudama vezanima uz istraživanja tržišta, izdanje formata e-Dileme posvećeno pitanju koliko dobro tvrtke doista poznaju svoje kupce te grupni intervju s članovima Radne skupine.

## 9. DOOH Hub

**Radna skupina za DOOH**, čiji su članovi Irena Andučić Selthofer (Real Grupa), Irena Petek (Studio Nexus), Luka Perović (Digital Park) i Dean Udatny (Go2Digital), održala je koordinaciju na kojoj su raspravljali o daljnjem smjeru rada, a s posebnim naglaskom na okvirnu temu sljedećeg dokumenta koji planiraju pripremati. U sklopu razgovora otvorena su pitanja formata budućeg materijala, uključujući mogućnost izrade smjernica, priručnika ili zbirke stručnih eseja, kao i perspektive samog dokumenta, odnosno njegove ciljane publike i odgovarajućeg tona komunikacije. Na istoj koordinaciji članovi su konsenzusom izglasali priključenje nove članice Radne skupine, Maše Savičević (L'Oréal Adria).

## 10. Online Media AdEx Hub

**Online Media AdEx Hub**, u čijem radu sudjeluju Vjekoslav Srednoselec (dentsu Southeast Europe), Saša Milinović (OMD), Boris Zatezalo (Aleph), Marijan Mihić (Advans Adria) i Matej Sever (Ipsos Hrvatska), održao je koordinaciju na kojoj su članovi uskladili daljnje aktivnosti vezane uz pripremu ovogodišnje procjene potrošnje ukupnog tržišta online oglašavanja u Hrvatskoj. U fokusu sastanka bila je organizacija sljedećih koraka u provedbi procjene te nastavak suradnje na prikupljanju i obradi relevantnih tržišnih podataka. Radna je skupina također, sukladno Poslovniku radnih skupina, konsenzusom prihvatila priključenje nove članice radne skupine, Ivane Prakiš (Admixer Media Croatia).

Zapisnik sastavile: Barbara Zorić i Karla Drašković