

Skraćeni zapisnik sastanka Uprave Odbora IAB Croatia

Datum: 15. rujna 2026.

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

1. Predictions & Trends Hub objavio IAB Croatia Hype Check: Global Trends & Local Reality

Predictions & Trends Hub, koji čine Katarina Exle (Cvoke), Antonio Karlović (WPP Media Croatia), Marko Mikeš (Aleph), Lara Stolnik (Selotejp) i Boris Vukić (404), dovršio je dokument posvećen globalnim trendovima za koje hrvatsko tržište još nije spremno: IAB Croatia Hype Check: Global Trends & Local Reality. Dokument se temelji na metodologiji razvijenoj u prethodnom izdanju Prilika ili hype?, odnosno na pet kriterija za procjenu vrijednosti i lokalne primjenjivosti pojedinih trendova. Fokus je na trendovima koji su u globalnim izvještajima snažno prisutni, ali na hrvatskom tržištu u 2026. još ne ispunjavaju uvjete da bi prerasli iz najave u primjenjivu poslovnu priliku. Nakon finalizacije dokument je prošao pregled Uprave i razmatranje članstva, a po završetku tog procesa objavljen je na internetskoj stranici IAB-a Croatia.

2. (Self)regulation Hub predao Ministarstvu prijedloge za uređenje influencer marketinga u Zakonu o medijima

Radna skupina za (samo)regulaciju, koju čine Mario Fraculj (Algebra), Kristina Gotovac (Komunikacijski laboratorij), Nikola Vrdoljak (404), Kamilo Antolović (Algebra Bernays), Dario Marčac (Crew) i Sandra Babić (Lider), nastavila je aktivnosti usmjerene na jasnije uređenje influencer marketinga i drugih oblika komercijalne komunikacije u okviru novog Zakona o medijima. Nastavno na inicijativu „Važno je znati kad se plati“, objavu Smjernica za bolje influenciranje, službeni dopis i održani sastanak s predstavnicima Ministarstva kulture i medija, Radna skupina pripremila je dokument Prijedlog za odredbe o influencer marketingu i drugim oblicima komercijalne komunikacije u promjenama i dopunama Zakona o medijima. Prijedlogom se, među ostalim, predlaže jasnije definiranje influencera i native oglašavanja, transparentno označavanje komercijalnog sadržaja i zabrana prikrivenog oglašavanja, uz poticanje samoregulacijskih i koregulacijskih mehanizama te usklađivanje zakonskog okvira sa suvremenom tržišnom praksom. Dokument je upućen Upravi i članstvu na razmatranje i komentare, pri čemu je zaprimljen jedan komentar, koji je Radna skupina razmotrila i uvažila te na njega dostavila odgovarajuće pojašnjenje. Nakon završetka internog procesa, finalizirani prijedlog upućen je Ministarstvu kulture i medija, a daljnje aktivnosti ovisit će o povratnim informacijama Ministarstva i nastavku dijaloga o mogućem uključivanju predloženih rješenja u zakonodavni okvir.

3. AI Hub objavio Smjernice za odgovornu primjenu AI-ja u marketinškim komunikacijama

Radna skupina za umjetnu inteligenciju, koju čine Kamilo Antolović (Sveučilište Algebra Bernays), Vice Božić (GoAds), Vanja Šebek (Sveučilište Algebra Bernays) i Duško Tubić (dentsu Croatia), dovršila je rad na dokumentu Smjernice za korištenje umjetne inteligencije u marketinškim komunikacijama i pripadajućem prilogu Praktični primjeri označavanja sadržaja stvorenog umjetnom inteligencijom u marketinškim komunikacijama. Uprava je pregledala i odobrila oba materijala, nakon čega su upućeni članstvu na razmatranje i mogućnost dostave komentara i prijedloga. Po završetku tog procesa, tijekom kojeg je članstvu omogućeno dodatno očitovanje prije konačne objave, dokument i prilog su finalizirani te javno objavljeni kao samoregulacijski materijali namijenjeni odgovornijoj i transparentnijoj primjeni umjetne inteligencije u marketinškim komunikacijama.

4. DOOH Hub pripremio dokument o primjeni umjetne inteligencije u DOOH oglašavanju

Radna skupina za DOOH, čiji su članovi Irena Andučić Selthofer (Real grupa), Irena Petek (Studio Nexus), Luka Perović (Digital Park), Dean Udatny (Go2Digital), Maša Savićević (L'Oréal Adria-Balkan) i Davor Fabijanić (Elite Reklam), finalizirala je dokument DOOH u okruženju umjetne inteligencije, koji donosi pregled razvoja DOOH tržišta i mogućnosti primjene umjetne inteligencije u kreativnoj izvedbi, planiranju, optimizaciji i mjerenju kampanja, uz osvrt na održivost, primjere iz prakse i budući razvoj DOOH-a. Dokument je prošao pregled Uprave te je nakon odobrenja upućen članstvu na razmatranje i komentare. Članovi IAB-a Croatia pritom su pozvani da doprinesu dokumentu primjerima dobre prakse s domaćeg tržišta, koje će Radna skupina razmotriti za uključivanje u finalnu verziju. Također, sukladno Poslovniku o radu radnih skupina, Radna skupina za DOOH nakon četiri godine djelovanja pripremila je i kratko izvješće o dosadašnjem radu, rezultatima i aktivnostima, koje je dostavljeno Upravi na uvid. Paralelno, članovi Radne skupine započeli su pripremu sadržaja i komunikacijskih materijala za svoj nadolazeći tematski IAB Discovery mjesec, kroz koji će dodatno otvoriti aktualne teme i stručne perspektive vezane uz razvoj DOOH tržišta.

5. Research Hub razvija praktični vodič koji poslovne izazove povezuje s pravim istraživačkim pristupima

Radna skupina za istraživanje tržišta, u čijem radu sudjeluju Senka Brajović (Improve), Helena Erceg (Improve), Jelena Halić (AGB Nielsen Audience Measurement Croatia), Nika Mutić (Valicon) i Josip Tvrković (Valicon), nastavila je razradu sadržaja namijenjenog marketinškim stručnjacima, s fokusom na povezivanje konkretnih poslovnih pitanja s odgovarajućim istraživačkim pristupima. Cilj je na praktičan način približiti koje su informacije potrebne za rješavanje pojedinih poslovnih izazova te koje vrste istraživanja mogu pružiti najrelevantnije i najprimjenjivije uvide. Radna skupina trenutačno radi na razradi sadržaja u formi serijala članaka, pri čemu će svaki članak obraditi određeni poslovni problem i povezati ga s preporučenim istraživačkim pristupom. Po završetku serijala svi će sadržaji biti objedinjeni i objavljeni kao cjelovit dokument Research Huba. Iz sudjelovanja u Radnoj skupini isključila se Vida Cenčić (Ipsos).

6. IAB Croatia jača prisutnost na industrijskim događanjima i priprema rujanski IAB Discovery

Uz rujansko izdanje IAB Discoveryja, koje će se održati 22. rujna od 16 do 18 sati u Uraniji, IAB Croatia tijekom rujna sudjeluje i u nekoliko dodatnih industrijskih događanja i suradnji. Na 6. Split Tech Cityju, 4. rujna u Amfiteatru Žnjan, Davor Bruketa (Bruketa&), Ivana Prakiš (Coob Ads Croatia) i Dunja Ivana Ballon (HURA, IAB Croatia i Dani komunikacija) sudjelovat će u panelu posvećenom budućnosti marketinga i mogućim promjenama do 2036. godine, uključujući razvoj AI agenata, digitalnih blizanaca, novih načina zakupa medija i budućih oglasnih formata. IAB Croatia će u rujnu sudjelovati i na panelu u sklopu 19. izdanja Weekend Media Festivala. Kao uvod u jesensku sezonu događanja, krajem kolovoza održan je i HURA party u Vintage Gardenu, na kojem su se članovima IAB-a Croatia pridružili kolege, klijenti i partneri.

7. IAB Croatia pokreće novi format za snažnije povezivanje i uključivanje članova

Na sjednici Uprave otvorila se tema o pokretanju novog sponzoriranog formata IAB Connect, kojim bi se zainteresiranim članovima omogućio dodatni prostor za edukaciju, predstavljanje relevantnih industrijskih

tema i povezivanje s drugim članovima IAB zajednice. Format bi se razvijao pod okriljem IAB-a, uz fokus na sadržajnu kvalitetu, razmjenu stručnih perspektiva i jačanje odnosa unutar članstva.

8. MIXX i Effie unapređuju nova izdanja, hrvatski stručnjaci sudjeluju u vodećim međunarodnim Effie žirijima

Nakon završetka ovogodišnjeg izdanja natjecanja MIXX Awards Croatia, Organizacijski odbor održao je evaluacijski sastanak na kojem je analizirao provedbu natjecanja i započeo planiranje sljedećeg izdanja, s fokusom na reviziju žirija, kategorija i prijavnice te dodatno unaprijeđenje cjelokupnog procesa natjecanja. Zasebno je održan i evaluacijski sastanak Organizacijskog odbora Effie Awards Croatia, na kojem su razmotrene mogućnosti poboljšanja korisničkog iskustva prijavitelja i unapređenja procesa prijave. Nastavno na izlazak jednog člana raspisan je i natječaj za novog predstavnika interesne skupine oglašivača u Organizacijskom odboru. Na natječaj se mogu prijaviti predstavnici oglašivača zaposleni u tvrtkama koje su članice Odbora IAB Croatia, a koje trenutačno nemaju svog predstavnika u Organizacijskom odboru Effie Awards Croatia. Prijave su otvorene do 7. rujna 2026., nakon čega će se kandidati birati dvotrećinskom većinom glasova članova Uprave HURA-e i stalnog člana Odbora, uzimajući u obzir iskustvo, stručnost, dosadašnje sudjelovanje u Effie programu, motivaciju i interes za rad u Odboru.

Hrvatska marketinška struka nastavlja biti snažno zastupljena i na međunarodnoj Effie sceni. U žiriranju Global Best of the Best Effie Awards 2026 sudjelovat će pet hrvatskih stručnjaka: Davor Bruketa (Bruketa&) kao član Global Grand Juryja te Lea Ileković Žigić (Kaufland Hrvatska), a Krunoslav Stančić, Vanja Vaniček (Addiko Bank AG) i Luka Duboković (BBDO Zagreb) u prvom krugu žiriranja. U žiriju jubilarnog 30. izdanja Effie Awards Europe sudjelovat će i Iva Barbarić Kasun (Zagrebačka banka), Ljiljana Ivošević (OMD) i Vesna Vlahović Dasić (Reborn), čime domaći stručnjaci nastavljaju doprinosti ocjenjivanju i postavljanju standarda marketinške učinkovitosti na europskoj i globalnoj razini.

9. Aktualnosti iz IAB zajednice

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 31 objava. 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.

10. Članstvo

Iz članstva se odlučila isključiti tvrtka Google.

Zapisnik sastavile: Karla Drašković i Barbara Zorić