

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Godišnje okupljanje marketinške industrije na HURA partiju

Zagreb, 08. prosinca 2012. - Sinoć je u zagrebačkom Vip clubu održan HURA (Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje) party, godišnje okupljanje predstavnika marketinške industrije, na kojem su bili prisutni brojni predstavnici oglašivača, marketinških agencija i medijskih kuća. Tema ovogodišnjeg HURA partya bila je "Be The (HURA) Party", a u skladu s nazivom, uzvanici su dobili pozivnice u obliku agencijskog zadatka kako bi sami napravili koncept partya i tako sa svima podijelili svoje ideje za druženje marketinške zajednice. U opuštenoj atmosferi uzvanici su zajedno razmjenili dojmove o protekloj godini i nazdravili za pozitivne pomake na tržištu u 2013. godini. Unatoč negativnim trendovima i prognozama za sljedeću godinu, vodstvo HURA-e smatra kako će pozitivnih promjena biti, iako je o njihovom opsegu teško govoriti, jer ovise o svim segmentima industrije, ali i općem stanju domaće ekonomije.

"Smatram kako je 2012. godina bila vrlo turbulentna, s brojnim negativnim trendovima koji su pratili cijelu marketinšku industriju, od pada oglašivačkih budžeta, gašenja dijela medija te brojnih problema koji su povezivani s marketinškom zajednicom u Hrvatskoj. Nova Uprava HURA-e odlučila je čvrsto stati iza svojeg članstva, te brojnim inicijativama i novim projektima doprinijeti većoj profesionalizaciji udruženja te podizanju ugleda struke. Zadatak koji smo postavili nije nimalo lagan, ali nam činjenica da smo u 2012. povećali članstvo, uspješno nastavili s postojećim projektima (HOWtoWOW, HURA AdEx, Effie, IdejaX) te pokrenuli nekoliko novih (BalCannes, EAC certificiranje) govori nam da smo na pravom putu te da će vidljivih pomaka na bolje svakako biti", izjavio je Damir Ciglar, predsjednik Uprave HURA-e.

Za dodatne informacije:

Pleon Partner, Dino Švedek,
tel: 01 4557 221, email: dino.svedek@pleon-partner.hr

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje u svom sastavu okuplja društva za tržišno komuniciranje, a djeluje promičući i unaprijeđujući zajedničke interese agencija članica s ciljem definicije i razvijanja najviših standarda profesionalne prakse oglašivačke i komunikacijske industrije. Trenutno u svom sastavu broji 34 članice i zastupa preko 65% ukupnih marketinških budžeta u Hrvatskoj. HURA je članica EACA-e (European Association of Communications Agencies), a redovito surađuje sa srodnim organizacijama u Hrvatskoj i svijetu.