



HURA s uspjehom završila prošlu i na velika vrata ulazi u ovu godinu

Datum: 14.01.2015.



Dunja Ivana Ballon: I ja s nestrpljenjem očekujem pressicu 20. siječnja i veselim se što ćemo se napokon pohvaliti sa svim novostima koje ovogodišnji Dani komunikacija donose, a ima ih mnogo! Jako sam ponosna na nadolazeći festival. Bit će najbolji do sada

Razgovarao: Ekrem Dupanović

*Hrvatsko udruženje agencija za tržišno komuniciranje (HURA) je svoje ovogodišnje aktivnosti započelo još potkraj prošle godine, kada je objavilo prve raspise za nagrade u okviru Dana komunikacija. Prvo veliko uzbuđenje ove godine dogodit će se 20. siječnja kada će biti održana pressica povodom Dana komunikacija koji će se održati dana (ups, pod embargom do pressice), u hotelu (i ovo je pod embargom, takođe do pressice). Dani komunikacija su ostvarili stratešku suradnju sa (ni ovo vam, za sada, ne smijem kazati)! O svemu ostalom sam razgovarao sa **Dunjom Ivanom Ballon**, izvršnom direktoricom HURA-e. Više o Danima komunikacija, naravno, poslije pressice.*



Koji su bili strateški projekti HURA-e u prošloj godini? Na čemu je glavno težište aktivnosti?

U zadnjem godišnjem izvještaju stoji da smo u 2014. godini proveli preko 40 projekata i aktivnosti! Za udruženje s 30 agencija članova, čiji su predstavnici isključivo volonteri u aktivnostima HURA-e, kao i naši članovi Uprave, to je poprilično impresivna brojka! Uz to, svi provedeni projekti u 2014. su bili najuspješniji do sada po svim parametrima analiza, tako da sam jako ponosna na sve što smo zajedno napravili.

Težište aktivnosti uvijek je isto jer sve što radimo, radimo na dobrobit naših članica, ali i cjelokupne industrije – bilo kroz promociju struke i naših agencija, unapređenje industrije i (samo)regulaciju, edukacije i programe certificiranja marketinških stručnjaka ili organizaciju strukovnih festivala i natjecanja.

Uspjeh svih prošlogodišnjih projekata nadmašio je sve zadane ciljeve i naša očekivanja, počevši od onih medijski najeksponiranijih, poput *Dana komunikacija*, našeg nacionalnog festivala oglašavanja, *HOWtoWOW* marketinške akademije, regionalne revije *BalCannes* te natjecanja *Effie* i *IdejaX* koji su postigli velike uspjehe po broju prijave, sudionika ili prodaji, organizaciji i realizaciji, visokim ocjenama uspješnosti koje su nam dali sami sudionici i gotovo svim drugim kriterijima. Po prvi put smo proveli projekt u domeni društveno odgovornog poslovanja *Zelena ideja*, na čije smo statistike i rezultate vrlo ponosni. *Zelena ideja* pomogla nam je prema široj javnosti promovirati koristi naše struke i marketinga za konkurentnost tvrtki, njihov razvoj i gospodarstvo općenito.

Uz edukacije, festivale i natjecanja, već dvije godine provodimo jedini domaći program certificiranja mladih profesionalaca u industriji koji je međunarodno priznat (*EAC*) i za koji je ove godine, prema zadnjem izvještaju, već sada prijavljeno najviše polaznika iz Hrvatske, Francuske i Italije, od svih drugih zemalja Europe koje sudjeluju u projektu.

A što je s medijski manje eksponiranim projektima?

U 2014. godini velik je iskorak učinjen u našim inicijativama poput Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja HURA-e koji je *Sud časti HURA-e* revidirao prvi put nakon 2010. godine i osnivanja novog Odbora za samoregulaciju i regulaciju u HURA-i, koji se od samog početka ozbiljno uhvatio teških pitanja te je već sada aktivni član europske inicijative *Legal Experts Network*. Osnovali smo novu sekciju digitalnih agencija koja je proširena s agencijama izvan HURA-e, a naša sekcija medijskih agencija ove je godine realizirala nekoliko značajnih projekata na kojima već duže radimo.

Također, HURA je vrlo aktivna u Europi, kao članica *Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje*, kroz koju se zalažemo za boljitak industrije izvan naših granica te sudjelujemo u kreiranju europskih tržišnih standarda i organizaciji nekih međunarodnih projekata.

Iznimno smo ponosni što se nakon duljeg vremena HURA našla u ulozi izdavača knjige pod nazivom *Odgovorno oglašavanje* uz autore **K. Antolovića** i **P. Haramiju** koju smatramo značajnim teorijsko-znanstvenim i praktičnim doprinosom unapređenju struke.



U vidu analize tržišta i njegovog stanja, *HURA*-in *AdEx* već je godinama najrelevantniji izvor podataka o stanju u industriji u Hrvatskoj. Tome pridonose i istraživanja koja provodimo o reputaciji struke svake dvije godine, a od ove godine uvodimo i agencijski cenzus, prvi ikad za Hrvatsku.

Svi s nestrpljenjem očekujemo pressicu 20. siječnja kada ćemo saznati sve novosti oko ovogodišnjih Dana komunikacija. Sada samo možemo govoriti o natjecanjima za koja su već raspisani natječaji.

I ja ju s nestrpljenjem očekujem i veselim se što ćemo se napokon pohvaliti sa svim novostima koje ovogodišnji *Dani komunikacija* donose, a ima ih mnogo! Jako sam ponosna na nadolazeći festival. Bit će najbolji do sad.

Natjecanja smo i ove godine nastavili unapređivati. Po prvi put u Hrvatskoj smo otvorili vrata medijskim agencijama koje se od sada, u sklopu zasebne kategorije na *Effie* natjecanju, mogu među sobom natjecati i konkurirati za nagrade. Isto vrijedi i za *Mixx* čiji je novi organizacijski odbor pripremio mnoge novosti. *IdejaX* je prošle godine izvan svake sumnje dokazala da nije elitističko natjecanje velikih agencija pa u budućnosti očekujemo još veći broj radova i sjajnih ideja kojima se domaći kreativci mogu pohvaliti.

Ko će voditi žirije i ko će biti njihovi članovi?

Dario Vrabec ispred *Leda* vodit će žiri ovogodišnjeg natjecanja *Effie* – prošlogodišnji uspjeh s *Ledonardom*, koji ih je smjestio na vrh rang liste domaćih oglašivača po efikasnosti, potvrdio je status ove kompanije među domaćim liderima. **Joško Jureškin**, zasigurno jedan od najboljih domaćih kreativaca koji dolazi iz *Publicis grupe*, izabran je za novog predsjednika žirija *IdejeX*, a **Đuro Korać**, stručnjak za sve digitalno iz agencije *Nivas*, predsjedavat će žirijem digitalnog natjecanja *Mixx*.

Njihove funkcije nisu samo časne, očekuje ih težak odabir najboljih projekata i jaka konkurencija. Sveukupno, na *Danima komunikacija* imat ćemo 40 članova žirija! To su sve redom stručnjaci u svojim područjima, vrhunski u svom poslu, bilo da dolaze sa strane oglašivača ili agencija, kreativnih, medijskih, digitalnih, istraživačkih i drugih opredjeljenja.

Šta očekuješ da bi se moglo u ovoj godini dogoditi na hrvatskoj advertising sceni. Izlazi li industrija iz krize?

Čini mi se da pomalo, puževim korakom, ipak ide na bolje. I *Media Marketing* tome govori u prilog sa svime što nam najavljuje za 2015.! Ali o izlasku iz krize još je prerano govoriti.

Bit će zanimljivo vidjeti što naše agencije misle o tome. *HURA* je pokrenula novi projekt u sklopu kojeg po prvi put u Hrvatskoj provodi agencijski cenzus. On će nam omogućiti pregled stanja industrije iz perspektive naših članica, ali i cjelokupne slike domaćeg tržišta koju onda možemo koristiti za daljnje pregovore s domaćim i međunarodnim institucijama, usporedbe s drugim tržištima i druge analize. Bit će zanimljivo vidjeti rezultate – podijelit ćemo ih s vama.