

U Rovinju se okupili hrvatski agencijski lideri: Budućnost je, uz nastavak kvalitetnoga rada – optimistična

Od analiza podataka važnih za agencijsku perspektivu i komunikacijsku industriju u cjelini do pogleda u budućnost: vodeće osobe hrvatske komunikacijske industrije okupile su se u Rovinju te nazdravile kreativnosti, ustrajnosti i postignutim uspjesima.

Rezultati ostvareni u prethodne dvije godine, izgled industrije u budućnosti, promjene koje čekaju tržišne komunikacije – samo su neke od tema kojima je bilo posvećeno svečano godišnje **okupljanje CEO-a i management levela** vodećih agencija za tržišne komunikacije, koje se u organizaciji Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) održalo 25. i 26. studenog 2021. u Grand Park Hotelu Rovinj.

Protekle dvije godine mandata Uprave HURA-e, koju uz izvršnu direktoricu **Dunju Ivanu Ballon** i predsjednicu **Anđelu Buljan Šiber** čine **Vanja Bertalan, Rajna Cuculić, Jelena Fiškuš** i **Kristina Laco**, bile su obilježene netipičnim izazovima, a HURA-ine su agencije članice pokazale da zajedničkim radom mnoge lobističke aktivnosti, usmjeravanje na konkretna pitanja i ujedinjeno djelovanje koje izlazi iz ustaljenih okvira itekako mogu uroditi plodom.

Podsjećamo, u 2020. su godini interna istraživanja prognoza članica pokazivala devastirajuće predikcije za poslovanje, a kao glavne poteškoće članice su isticale nesigurnost, otkazivanje suradnji i projekata te neophodnost hitnog osmišljavanja novih pristupa poslu. Da je većina članica ipak uspjela prilagoditi se, osmisliti nove usluge i optimizirati poslovanje najbolje potvrđuju ostvareni ukupni rezultati, koji su bolji od predviđanja. **Ukupni prihodi agencija koje se bave tržišnim komuniciranjem i zakupom medija u kriznoj su 2020. godini iznosili 1,746 milijardi kuna**, pokazala je analiza u kojoj su korišteni javno dostupni podaci u bazi FINA-e (info.BIZ).

Vrijednost nije uvijek mjerljiva brojkama – ali i one iskazuju važnost rada agencija za napredak gospodarstva. Agencije članice – koje zastupaju više od 75 % oglašivačkih budžeta u Hrvatskoj – unatoč fluktuacijama, održale su ukupno 1160 zaposlenika te **kontinuiranim uspjesima dokazuju da je komunikacijska industrija od velike važnosti za razvoj domaćega gospodarstva**. Uz protekle izazove, veliki je razlog za slavlje bila i svjesnost o snazi ujedinjenih HURA-inih članica, koja je pomogla prebroditi teške trenutke, proslaviti zajedničke uspjehe na ljetnoj dodjeli strukovnih nagrada te osnažiti za daljnje poslovne napretke. Slavljenje uspjeha nizom je umjetničkih fotografija zabilježila Lorna Kijurko.

Edukacija i povezivanje bili su jedan od glavnih fokusa HURA-e u 2020. i 2021. godini, stoga su i sudionici ovogodišnjega CEO okupljanja imali priliku poslušati zanimljiva ekskluzivna predavanja. Na kreativnost i njezinu evoluciju usredotočio se **Simon Cook**, ključni čovjek Cannes Lionsa, dok se **Daniel Knapp**, Chief Economist IAB-a Europe, usmjerio na poslovnu stranu i razvoj biznisa te ponudio korisna ekonomska predviđanja. **Mirjana Samardžić Novoselec**, članica Uprave Apsolona, govorila je o spremnosti hrvatskih poduzeća za nadolazeću zelenu tranziciju u predavanju koje donosi HGK, a **Ivan Stefanac**, Global

Creative Effectiveness Lead, YouTube, predstavio je trendove koji predvode content marketing.

HURA je još jednom pokazala da je relevantan i snažan glas hrvatske komunikacijske industrije uz **rekordne 54 članice** – o čemu govori i činjenica da je od ove godine je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia **dio svjetske mreže IAB Global Network**. Budućnost je – uz nastavak kvalitetnoga rada – itekako optimistična: zajednički plan za 2022. godinu uključuje nastavak rasta uz edukacije i istraživanja, zauzimanje za interese agencija i komunikacijske industrije u cjelini te slavljenje kreativnosti.

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr