

ZAPISNIK 11. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 24. studenog 2022., početak u 17:55, završetak u 18:35

Nazočni:

- | | | |
|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1. 404 | 16. Kofein | 29. Pepermint |
| 2. Ascanius Media | 17. Komunikacijski laboratorij | 30. Pragma komunikacije |
| 3. BBDO Zagreb | 18. Komunikacijski ured Colić, | 31. Publicis |
| 4. Bruketa&Žinić&Grey | Laco i partneri | 32. Real grupa |
| 5. CMGC | 19. KPR | 33. Rinzol |
| 6. CTA komunikacije | 20. Libra | 34. SeekandHit |
| 7. Degordian | 21. Luna&TOčka | 35. Spotstudio |
| 8. Euroart93 | 22. Manjgura | 36. Studio Nexus |
| 9. Fabula | 23. McCann Zagreb | 37. Studio Sonda |
| 10. Fakat | 24. MediaCom Central Europe | 38. Studio Šesnić & Turković |
| 11. Futura DDB | Zagreb | 39. Studio Tumpić/Prenc |
| 12. Hauska&Partner | 25. Millenium promocija | 40. Universal media |
| 13. Human | 26. MMB Media Agentur | 41. Val grupa |
| 14. Izone | 27. OMD | 42. ZOO agencija |
| 15. Imago Ogilvy | 28. Omega komunikacije | |

1. Utvrđivanje broja prisutnih

Skupštinu je otvorio predsjednik Skupštine HURA-e K. R. Prosoli pozdravivši okupljene te zahvalivši svima na odazivu. Skupštini je prilikom otvaranja nazočilo 42 članice s pravom glasa te je utvrđen kvorum kao i tročetvrtinska većina.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

K. R. Prosoli pozvao je članove da predlože teme za točku dnevnog reda Razno. Prihvaćen je sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Pregled aktivnosti i financijski izvještaj 2022./2023.
4. IAB Croatia
5. Članstvo
6. Razno.

3. Pregled aktivnosti i financijski izvještaj 2022./2023.

D. I. Ballon osvrnula se na proteklu godinu i najavila nadolazeće projekte, naglasivši poslovna postignuća i brojne realizirane i planirane inicijative za članove – poput Dana komunikacija, nove sezone HOWtoWOW akademije i raznih edukativnih sadržaja, širenja utjecaja putem IAB-a Croatia te seta istraživanja i podataka za tržište i članove – čime se potvrdila, ali i unaprijedila kvaliteta projekata, agencijskog poslovanja i tržišta u cjelini.

Educiramo tržište

Nastavljajući dosadašnju uspješnu praksu, u protekloj godini snažan je naglasak ponovno stavljen na jedan od ključnih ciljeva HURA-e – educiranje i podizanje kapitala znanja svoga članstva, tržišta i industrije u cjelini uz najbolje svjetske, ali i domaće stručnjake. Više od 20 edukacija, više od 10 live evenata i više od 2000 sudionika uživo govore u prilog snažnog prisustva edukativnih formata u 2022. godini. Počevši od nove, devete sezone HOWtoWOW akademije, koja je ovoga puta članove i ostale sudionika educirala po divnim zagrebačkim lokacijama poput Laube, The Garden Breweryja i Rougemarin parka. Sezoni je otvorila visoko interaktivna radionica u Laubi *Ideas Unlocked* Nicka Eagletona o ideaciji i brainstormingu na kojoj je sudjelovao maksimalan broj polaznika, a koji su radionicu ocijenili redom odličnim ocjenama. Potom smo se preselili u The Garden Brewery, čiju je raskoš upriličio poznati britanski stručnjak Mark Shayler svojom radionicom *Sustainable Innovation powered by Mastercard* o dizajnu održive budućnosti. Učenje smo nastavili u šarenom hladu krošnji Rougemarin parka, gdje je slovenski kreativni direktor desetljeća Aljoša Bagola sudionike svoje radionice *How to Burn Out powered by Mastercard* podučavao o zdravoj produktivnosti i izbjegavanju burnouta. Nakon Aljoše došla je na red britanska stručnjakinja za strategiju Louisa Moger, čija je radionica *How to Think Strategically* o strateškom razmišljanju bez premca oborila sve rekorde posjećenosti. Pretposljednja u nizu radionica ugostila je Davida Cuena, voditelja za content creation u Booking.com, a koji je ranije svoju ekspertizu dijelio u Instagramu i BBC-u. David je članovima HURA-e i drugim sudionicima pokazao *How to Bring People Together Through Social Media*, a oni su mu recipročno svi od reda podijelili čiste petice.

U suradnji s Hrvatskim Telekomom organizirana je dodatna edukacija Davida Cuenaa za zaposlenike HT-a u sklopu njihova serijala *Brandstorming: How to build love brand and engagement*. Uzbudljivu će sezonu HOWtoWOW akademije zatvoriti sjajan IT stručnjak Harry Roberts radionicom *Front-end Performance: Building Better Websites* o optimizaciji web stranica i vrhunskoj front-end arhitekturi. Novim setom radionica poznata je HURA-ina edukativna akademija devetu godinu za redom ponudila članovima i tržištu priliku za upijanje novog znanja i inoviranje agencijskog poslovanja. D. I. Ballon naglasila je odličan feedback zajednice – ukupno 500 mjesta za sve radionice rasprodano je u vrlo kratkom roku, stoga je naknadno otvoren minimalni dodatni kontingent karata, isključivo za članove HURA-e. Pritom, investicija od 110 kotizacija u budžetu osigurana je potpuno besplatno za sve članove HURA-e. Također, kao i prošle sezone, dogovorili smo partnerstvo s Mastercardom, preko čije platforme priceless.com sudionici ostvaruju ekskluzivnu ponudu prema kojoj dobivaju dvije kotizacije za cijenu jedne. Mastercardova je ponuda bila dostupna za radionicu *Sustainable Innovation* Marka Shaylera te *How to Burn Out* Aljoše Bagole. Dodatno, na trećem izdanju HURA CEO Eventa uz sjajno druženje nije nedostajalo i edukacija, pa su tako članovima predstavljeni najnoviji kreativni trendovi direktno iz Cannesaa, kao i korisni savjeti o praksama pitchiranja na temelju više od stotinu pitcheva i post-pitch intervjua. Agencije članice HURA-e zajedno su napredovale i usavršavale se tijekom cijele godine uz niz dostupnih edukacija, koje su bile besplatne ili organizirane isključivo za njih, a ove smo godine također održali edukaciju o pisanju Effie prijave, čija je snimka još uvijek dostupna za sve buduće prijavitelje. Ključni događaj godine i kruna rada HURA-e svakako je bio dugo očekivani povratak Dana komunikacija – nakon brojnih pandemijskih ograničenja i izazova te (pre)dugačke pauze ponovno smo povezali zajednicu u rovinjskom dizajnu hotelu Lone na trodnevnom slavlju kreativnosti i uspjeha industrije tržišnih komunikacija. Pauza je samo rasplamsala ljubav komunikacijske zajednice prema Danima komunikacija, što su dokazali dupkom punim festivalskim dvoranama gdje su sudionici imali priliku slušati svjetske lidere industrije poput Chrisa Doa, Jamesa Victorea, Marije von Scheel-Plessen, Mr Bingoa i mnogih drugih. Uz spektakularna predavanja, intrigantne panele domaćih stručnjaka, nove streaming lokacije, yoga sessions, Meet the Speaker stage, glamurozne dodjele nagrada i sjajne zabave, Dani komunikacija nadmašili su sva očekivanja i učvrstili stav da festival na pozornicu dovodi najkvalitetnije predavače, okuplja najbolje od domaće industrije i stvara nezaboravnu energiju koja ne jenjava mjesecima nakon zatvaranja vrata hotela Lone. Ne čudi stoga što je festival zaradio potvrdu izvrsnosti iz Velike Britanije – čak drugu nominaciju za najbolji event godine, koju dodjeljuje prestižni British Association Excellence Awards. Posebno smo ponosni na to da Dani komunikacija kao mjesto okupljanja svih predstavnika industrije nije samo floskula, već statistička realnost – čak 50 % svih sudionika na DK2022 činili su predstavnici oglašivača, koji su se mogli povezati s predstavnicima medija (20 % sudionika) i agencija (30 % sudionika). Dobar glas o kvaliteti ovog nacionalnog festivala kreativnosti širi se puno dalje od agencija članica HURA-e pa je tako ukupno 75 % prihoda festivala došlo s tržišta, a samo 25 % od HURA-inih članica. D. I. Ballon iskoristila je ekskluzivno

okupljanje kao priliku za najavu sljedećeg, devetog izdanja Dana komunikacija – koji će svoja vrata ponovno otvoriti od 20. travnja do 23. travnja 2023. u Rovinju!

Povezujemo zajednicu

U svojih 23 godine postojanja HURA nije okupljala nikad veći broj članica, njih čak 59 – što govori o nikad većoj snazi HURA-ine zajednice, koja je još uvijek u kontinuiranom porastu. Agencije okupljene unutar HURA-e zastupaju više od tri četvrtine ukupnih oglašivačkih budžeta u Hrvatskoj, a svojim aktivnostima kontinuirano podižu ljestvicu kreativnosti i učinkovitosti domaćeg tržišta. Rastuća zajednica HURA-inih članica pokazatelj je temelja legitimnosti, proaktivnosti i snažnoga glasa komunikacijske industrije koji uvažavaju donositelji odluka. A da se glas HURA-inih članova čuje u inozemstvu dokazuje Effie Index 2021, prema kojem je Studio Sonda proglašena desetom najučinkovitijom nezavisnom agencijom u Europu; postignuća na Cannes Lionsu, gdje je Jelena Fiškuš, članica Uprave HURA-e postala prvom hrvatskom predstavnicom u žiriju najvećeg kreativnog festivala na svijetu; Cannes Young Lions, natjecanje na kojem su kao predstavnice Hrvatske sudjelovale mlade lavice Ana Marija Tomašić i Ivana Krmpotić iz agencije 404. Nadalje, HURA-ine agencije članice predvode uspješne trendove u komunikacijskoj zajednici, što pokazuju redovnim nastupanjem na odabranim eventima industrije i sudjelovanjem u žirijima međunarodnih projekata, od kojih se izdvajaju Effie Europe, Effie Best of the Best, Digital Day Serbia, KOMferencija, Greencajt i Weekend Media Festival. Kako ništa od navedenog ne bi prošlo nezapaženo, HURA je u 2022. godini imala preko 300 vijesti na svome webu – većinu od čega čine upravo novosti članica i zajednički sadržaji – više od 500 spominjanja u medijima, preko 35 priopćenja za medije, uz 8 aktivnih profila na društvenim mrežama i 5000 pretplatnika na svim aktivnim mailing listama. Unatoč izvrsnim brojkama, od kvantitete nam je uvijek bila bitnija kvaliteta, a što se odražava u izrazito pozitivnoj recepciji objava, koje su do javnosti proširile glas o uspjesima i sjajnom ugledu HURA-inih članica.

Štitimo struku

S članovima smo u 2022. podijelili rezultate mnogih istraživanja kojima su dobili pristup tržišnim analizama koje pomažu razvoju industrije – poput podataka o televizijskoj gledanosti, Market reportu by WARC o investiciji u oglašavanje, godišnjem pregledu legislativa, upitnika o talentima sutrašnjice i mnogo više. Također smo se zajedno zalagali za važne teme relevantne za agencije i struku, među kojima se ističu humanitarne akcije UNICEF-a, dugogodišnjeg partnera HURA-e, GREENdexa, istraživanja o greenwashingu, i inicijative Ad Net Zero. U kontekstu politike i regulative, na redovnoj mjesečnoj bazi obavještavali smo članove o zakonodavnim događanjima na razini

Europske unije, a neke od najrelevantnijih tema kojima se aktivno bavimo, a relevantne su za HURA-ine članice, uključuju Digital Services Act (DSA) i Digital Markets Act (DMA), zamjenu kolačića treće strane, prijedlog direktive o greenwashingu itd. Provodili smo i brojna istraživanja kako bismo zajednici omogućili uvid u najnovije podatke i stanje na tržištu, npr. HURA Media AdEx, Istraživanje percepcije struke, Analiza prihoda, izvoza i broja zaposlenih među HURA-inim agencijama, IAB Croatia Online AdEx i EACA Talent Survey. HURA-ina analiza prihoda, izvoza i broja zaposlenih pokazala je da su prihodi agencija za tržišno komuniciranje u 2021. porasli za četvrtinu u odnosu na proteklu godinu te ukupno iznose čak 2,2 milijarde kuna. Agencijsko djelovanje osjeti se i izvan nacionalnih granica pa je 463 milijuna kuna došlo od inozemnih prihoda; pandemiji i inflaciji unatoč, HURA-ine članice zadržale su gotovo identičan broj zaposlenih u 2021., koji se od 2020. razlikuje u samo dva zaposlenika. Prema najnovijem istraživanju reputacije struke, koju je HURA provela u suradnji s Ipsosom, čak 53 % ispitanika ima pozitivnu percepciju o komunikacijskoj industriji, 57 % bi preporučilo drugima rad u marketinškoj agenciji, 61 % ispitanika doživljava oglase pozitivnima i korisnima, a većina Hrvata percipira industriju tržišnih komunikacija kao kreativnu, stručnu, društveno korisnu i dobro plaćenu. Kako bi našu zajednicu dodatno povezali, članovima smo nastavili omogućavati brojne pogodnosti, bilo da se radi o financijskim uštedama za najvažnija strukovna događanja i natjecanja ili pristupu edukativnim formatima kojima zajedno podižemo struku na novu razinu.

Nagrađujemo najbolje

Kreativnost, stručnost i rezultate uvijek treba slaviti na najvećoj mogućoj platformi – zato najbolje na tržištu nagrađujemo na čak pet natjecanja – Effie, IdejaX, MIXX Croatia, BalCannes i Young Lions Croatia. BalCannes je ove godine napravio veliki comeback u novom ruhu, s novim konceptom natjecanja i novouvedenim BalCannes Reportom, pregledom stanja u regiji koji će se na godišnjoj bazi objavljivati s listom najboljih i biti dostupan svima na tržištu. Nakon što je deset godina ujedinjivao naša tržišta, najbolji projekti, agencije i oglašivači regije ove će godine biti proglašeni pod reflektorima velike dvorane Dana komunikacija! Najbolji projekti komunikacijske industrije iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije mogli su se prijaviti u čak 13 kategorija iz spektra poslovnoga djelovanja te će u svakoj od njih biti moguće osvojiti zlatnu, srebrnu ili brončanu nagradu. U Rovinju će se također proglasiti najbolji projekt, agencija i oglašivač godine po BalCannesu, a dodijelit će se i posebna nagrada medija – BalCannes Editor's Pick Award! Dok željno iščekujemo nove prijave za DK2023, D. I. Ballon osvrnula se na proteklu godinu, u kojoj je dodijeljeno 70 nagrada za digital, učinkovitost, kreativnost i mlade talente, koji su izabrani kao najbolji od strane stručnih žirija od čak 306 pristiglih prijava. Velika su novost bile i dvije održive statue za natjecanja MIXX i Young Lions Croatia koje potpisuju dizajneri Jelena Babić i Sven Sorić. Nedavno su otvorene prijave na MIXX Croatia Awards 2023 i IdejaX 2023 uz novosti koje prate trendove industrije – na MIXX

Croatia Awards kategorija Mobile App zamijenjena je novom kategorijom Best Digital Product, namijenjenom digitalnim proizvodima svih tipova: mobilnim, web ili cross-platform rješenjima i startupima; dok će kategorija za Best Publisher Project obuhvatiti široki raspon digitalnih projekata u kojima izdavači/mediji samostalno kreiraju i distribuiraju sadržaj za sebe ili klijente na vlastitim stranicama i platformama. Novost je MIXX-a i kategorija Corporate Social Responsibility Campaign – prepoznajući težnju industrije za kvalitetnim poslovanjem i vrijednostima koje dalekosežno utječu kako na brend tako i na poslovnu i društvenu okolinu u kojoj djeluje, ova će kategorija istaknuti digitalne kampanje koje su imale pozitivan učinak na ponašanje potrošača te ispunile ciljeve korporativne društvene odgovornosti brenda. Svoja je vrata kreativcima otvorila i IdejaX, nacionalno natjecanje u kreativnosti tržišnih komunikacija koje već trinaestu godinu nagrađuje originalne i jedinstvene kreativne ideje te marketinške projekte koji pomiču granice. Za zlatne, srebrne i brončane nagrade natječu se kako velike tako i male agencije, ali i samostalni umjetnici, a uz sada već dobro poznate tri natjecateljske skupine – prva je skupina Best on Market, u kojoj se projekti natječu prema poslovnim kategorijama industrija u kojima djeluju klijenti; Best of Ad-Making slavi umjetnost realizacije, tj. izvedbu (craft) u kategorijama Digital, Film i Dizajn, posebno pazeći na formu i funkcionalnost, no uvijek u službi ostvarenja ideje; dok je treća skupina kategorija namijenjena branding i rebranding – velika je ovogodišnja novost četvrta skupina Best of Positive Change, koja će proslaviti moć kreativnosti u službi pozitivne promjene u svijetu! Iščekuje nas i nova sezona Effie Awards Croatia, kao i Young Lions Croatia, čime će biti zaokružena nova natjecateljska sezona ispunjena slavljenjem najboljih projekata ne samo hrvatske već i regionalne industrije tržišnih komunikacija.

Jačamo ugled

HURA je dio globalne strukovne priče i daje svoj doprinos boljoj budućnosti – naši članovi pod okriljem HURA-e imaju pristup globalnim udruženjima, među kojima se ističu European Association of Communications Agencies (EACA), Cannes Lions, Interactive Advertising Bureau (IAB), svjetska udruga agencija VoxComm i Effie Europe – što članovima daje još jači utjecaj, više prilika i snažniju globalnu prisutnost. Svoj trag ostavljamo i u ESG sferi – započet je projekt Digiceda – abeceda digitalne pismenosti i zapošljivosti, koji mladima iz potresom pogođenih područja omogućuje pristup edukacijama o digitalnom opismenjavanju, pozitivnim i negativnim stranama interneta, digitalnoj ovisnosti, mentalnom zdravlju i puno više. Na 13 radionica gotovo 400 sudionika imat će priliku obrazovati se u navedenim područjima i uvidjeti na primjerima dobre prakse da je komunikacijska i digitalna industrija zaista zanimanje budućnosti – što zbog manjka resursa u svome svakodnevnome obrazovanju im nikako ne bi bilo omogućeno. Nadalje, održan je prvi dio radionice strateškog planiranja HURA-e, provedene po SPAR metodi (snage, prilike, aspiracije i rezultati). Na radionici je održana analiza postojećeg stanja, a u drugome nas dijelu očekuje

pretvaranje dobivenih aspiracija u mjerljive ciljeve kako bi dugoročna strategija udruge bila što održivija, kvalitetnija i usmjerena na svjetliju budućnost svih na tržištu.

Nedavno je svim članovima poslana pozivnica za ekskluzivni HURA Party: The IAB Way, koji će nakon dvogodišnje stanke ponovno otvoriti svoja vrata svim članovima na nezaboravno druženje koje se diči najtraženijom pozivnicom u gradu.

Financijski izvještaj 2022./2023.

D. I. Ballon predstavila je financijski izvještaj za 2022. godinu i projekciju za 2023., koji pokazuje izrazitu poslovnu stabilnost udruge. Iz izvještaja je razvidno kako je računovodstveni gubitak 2020. godine (257.000 kn) od troškova nerealiziranih Dana komunikacija potpuno nadoknađen. Dodatno, prihodima od DK2022 u 2022. godini smo isplatili sve troškove rada, a sve ostalo je uloženo za podršku struci i članovima pomoću besplatnih projekata i drugih investicija isključivo za HURA-ine agencije. Iz projekcija za narednu godinu očekuje se povećanje troškova, a kreiran je plan za povećanje prihoda kako bismo ih zadržali na istom nivou kao i ove godine te i sljedeću godinu završili u plusu. Kao i inače, nije planirano stjecanje profita nego nastavak investicija u projekte udruge.

Po završetku pregleda članovi su jednoglasno prihvatili predstavljeni pregled aktivnosti i financijski izvještaj 2022./2023.

4. IAB Croatia

Tijekom prva tri kvartala 2022. godine, čak se 75 tvrtki učlanilo u IAB Croatia – a očekujemo i daljnji rast, koji bi mogao dostići 100 tvrtki članova do kraja 2023. Na tržištu je izrazito prepoznat rad domaće podružnice Interactive Advertising Bureaua: izdali smo prvi ikad IAB Online AdEx, objavili smjernice dobre prakse na temu native oglašavanja, a u pripremi su novi setovi smjernica za digital out of home advertising i third party cookies; započeli LinkedIn kolumnu e-Dileme, nagradili najbolje digitalne radove na MIXX-u, održali prvu Skupštinu Odbora IAB Croatia, povezali se s europskim kolegama iz IAB Europe na eventu Interact 2022, čime smo dodatno ojačali prisutnost i vidljivost svojih članica. Dodatno smo širili utjecaj partnerskim panelima, poput zanimljivih diskusija *Ready or Not, Here Comes the Metaverse; Fuck Privacy. Love Privacy* i *Money, Money, Money* na Danima komunikacija, *Dobar, loš, zao – native oglašavanje u 2022. powered by IAB Croatia* na KOMferenciji, *What about native advertising by IAB Croatia* na Weekend Media Festivalu. D. I. Ballon podijelila je i planove za budućnost – uskoro nas očekuje prvi IAB Croatia Meetup, edukativni format isključivo za članove IAB-a, MIXX Awards Croatia 2023 te nastavak rada IAB Croatia Hubs, čiji članovi svojom ekspertizom aktivno kroje budućnost digitalnog tržišta.

5. Članstvo

U odsustvu predstavnika Odbora za članstvo, D. I. Ballon predstavila je izvještaj Odbora. Agencija Lloyds digital prijavila se za predčlanski status, dok su se agencije Kontra digital, Promosapiens i RED agencija prijavile za punopravno članstvo. Sve četiri agencije zadovoljavaju Kriterije za članstvo Udruge HURA te je njihovo primanje u udruhu jednoglasno prihvaćeno, dok je jedan glas bio suzdržan kod agencije Kontra digital. Kako je protekla godina dana od stjecanja predčlanskog statusa, agencija PRiredba podnijela je zahtjev za prelazak u punopravno članstvo, što je jednoglasno prihvaćeno. Agencija Grayling nije podnijela zahtjev za prelaskom iz predčlanskog statusa u punopravno članstvo, čime su isključeni iz članstva. Nakon zatvaranja ove točke dnevnog reda D. I. Ballon naglasila je kako HURA zajednica broji rekordan broj članova, ovaj put čak 59.

U ime Skupštine K. R. Prosoli zahvalio je svima na sudjelovanju, naglasio veliki uspjeh HURA-e i svih njenih članica te je u 18:35 sati zaključena 11. Skupština udruge HURA.

Zapisnik sastavio: Marin Vlainić, koordinator projekata