

ZAPISNIK 12. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: srijeda, 6. lipnja 2023., početak u 16:10, završetak u 16:35

Nazočni:

- | | | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1. 404 | 16. Imago Ogilvy | 30. OMD |
| 2. Abeceda komunikacija | 17. I to nije sve | 31. Pragma |
| 3. Advans Adria | 18. Izone | 32. Pro media group |
| 4. Arbona | 19. Kofein | 33. Publicis |
| 5. Ascanius Media | 20. Komunikacijski laboratorij | 34. Real grupa |
| 6. BBDO Zagreb | 21. Komunikacijski ured Colić, | 35. RED agencija |
| 7. Bruketa&Žinić&Grey | Laco i partneri | 36. Rinzol |
| 8. CMG Digital | 22. Kontra | 37. SeekandHit |
| 9. CTA komunikacije | 23. KPR | 38. Spotstudio |
| 10. Degordian | 24. Luna&Točka | 39. Status grupa |
| 11. Dentsu Aegis Network | 25. Manjgura | 40. Studio Nexus |
| 12. Fakat | 26. McCann Zagreb | 41. Studio Sonda |
| 13. Futura DDB | 27. Millenium promocija | 42. Studio Šesnić & Turković |
| 14. Hauska & Partner | 28. MMB Media Agentur | 43. Val Grupa |
| 15. Human | 29. Nivas | 44. ZOO agencija |

1. Utvrđivanje broja prisutnih

Skupštinu je otvorila potpredsjednica Skupštine HURA-e M. Šola pozdravivši okupljene te zahvalivši svima na odazivu. Skupštini je prilikom otvaranja nazočilo 36 članica s pravom glasa te je utvrđen kvorum. Tijekom izlaganja točke 2. pridružile su se još dvije članice, a tijekom izlaganja točke 3. još dodatnih šest članica, stoga je ukupan broj prisutnih članica bio 44.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

M. Šola pozvala je članove da predlože teme za točku dnevnog reda Razno. Prihvaćen je sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Dani komunikacija
4. Polugodišnji izvještaj i plan
5. Financijski izvještaj
6. Članstvo
7. Razno.

3. Dani komunikacija

Dani komunikacija – koji kao glavni projekt HURA-e i njenih članica čini okosnicu poslovanja Udruge – ove je godine od 20. do 23. travnja u Rovinju potpuno nadmašio sva očekivanja. U prilog toj činjenici svakako ide izjava ovogodišnjeg predavača Roryja Sutherlanda (Global Vice President, Ogilvy), koji je svoje festivalsko iskustvo usporedio s najvećim festivalom kreativnosti na svijetu: „Of all the countries affectively boxing above their weight in terms of producing a world-level conference for a small population in a sensational location – Cannes eat your heart out.“ Porast je bio zajednički nazivnik svim aspektima festivala. Interes za pridruživanjem DK zajednici ogledao se u nadmašenom broju prodanih kotizacija od prethodno rekordne 2019. godine, koji je porastao za čak 45 posto. U programskom dijelu povećali smo broj govornika za 50 %, a sudionici festivala mogli su slušati o više od 40 različitih industrijskih tema od ukupno 131 govornika. Od toga smo 16 predavača okupili sa svih strana svijeta, od Japana, Danske, Kanade, SAD-a, Nizozemske, UK-a pa sve do Novog Zelanda. Uz najveća imena svjetske kreativne i komunikacijske industrije, program smo obogatili s čak 115 panelista, prezentera i izvođača iz Hrvatske i regije – čime se festival otvorio cijeloj regiji, a tome je svoj veliki doprinos dalo i natjecanje BalCannes, kojim smo ujedinili agencije i oglašivače iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije te proslavili duh ovih prostora. Ovaj bogat i raznolik program sudionici su pratili u tri dvorane i tri dodatne streaming lokacije kroz tri dana – dok je glavna dvorana bila sjedište sjajnih tema, sadržaj se prvi put ikad prenosio u Shumici, livadi hotela te i na plaži. Teme su se produbljivale u drugim dvjema dvoranama, dvorani BEE i DK Loungeu, s domaćim i regionalnim stručnjacima. Nadalje, strukovna natjecanja čije se velike završnice događaju upravo na glavnoj pozornici Dana komunikacija doživjela su nikad veći procvat – prijavljeno je čak 35 % više projekata u usporedbi s prošlom natjecateljskom

sezonom, odnosno više od 600 projekata borilo se za prestižne nagrade BalCannes, Effie Croatia, IdejaX, MIXX i Young Lions. Među njima je dodijeljeno 105 nagrada najboljim projektima, za što je zaslužno 90 članova žirija i odbora natjecanja koji predstavljaju neke od najkvalitetnijih predstavnika domaće komunikacijske industrije. Uz pojedince, značaj Dana komunikacija prepoznalo je i tržište – festivalu se pridružilo više od 100 predstavnika kompanija, tvrtki i udruga partnera, pokrovitelja i prijatelja festivala, čija je beskompromisna podrška omogućila da svojim članovima i cijelom domaćem, ali i regionalnom tržištu pružimo samo ono najbolje i najkvalitetnije što svjetska komunikacijska i kreativna industrija nudi. Članovi su u toj priči bili u fokusu od početka; cijena kotizacije za njih ignorira inflaciju, a festival se u dijelu od 75 % financira iz vanjskih izvora, dok samo 25 % dolazi od članica HURA-e. Premijerno je prikazan i službeni festivalski video s Dana komunikacija 2023 te je D. I. Ballon zahvalila svim članovima na sudjelovanju, organizaciji, predavanju, sponzoriranju i sveprisutnom podržavanju festivala.

4. Polugodišnji izvještaj i plan

D. I. Ballon osvrnula se na proteklu godinu i najavila nadolazeće projekte, naglasivši najveća poslovna postignuća i brojne realizirane i planirane inicijative za članove – poput jubilarne 10. sezone HOWtoWOW akademije i raznih edukativnih sadržaja, širenja utjecaja putem IAB-a Croatia te HURA partyja – čime se potvrdila, ali i unaprijedila kvaliteta projekata, agencijskog poslovanja i tržišta u cjelini.

Zajednica

HURA broji 61 agenciju članicu – što predstavlja izniman porast od čak 45 % od početka mandata trenutne Uprave HURA-e. Agencije okupljene unutar HURA-e zastupaju više od 80 % ukupnih oglašivačkih budžeta u Hrvatskoj, a svojim aktivnostima kontinuirano podižu ljestvicu kreativnosti i učinkovitosti domaćeg tržišta. Opći rast i opseg projekata Udruge pratio je i rast HURA tima, koji sada zapošljava 7 stalno zaposlenih profesionalaca te 4 studenta – što je najveći opseg profesionalnog tima od samog početka djelovanja Udruge pred više od dva desetljeća. Domaća je kreativnost i stručnost prepoznata i izvan granica kao nikada dosad; Hrvatska je jedina zemlja iz regije koja ima svoje predstavnike u žiriju najvećeg globalnog natjecanja kreativnosti, a nikad se ranije nije dogodilo da ih ima dva odjednom, kao što je slučaj ove godine kada će Davor Bruketa (Bruketa&Žinić&Grey) biti dijelom Industry Craft Lions žirija Cannes Lionsa, a Damir Ciglar (Imago Ogilvy) predstavljat će hrvatsko tržište kao član Film Craft Lions žirija. Uz to, presedan su obojica postavili postavši prvim ikad predstavnicima Hrvatske u žiriju globalnog natjecanja za mlade kreativce Cannes Young Lions. Nastavno na velike uspjehe i kontinuirani rast, D. I. Ballon zaključila je kako je HURA-ina zajednica sada čvrsto i zaslužno prepoznata kao ujedinjeni glas industrije ne samo na domaćoj već i globalnoj komunikacijskoj sceni.

Publika

Struka je kroz HURA-u u medijima bila prisutna s više od 800 objava od prošle održane Skupštine, a širimo publiku i na društvenim mrežama, gdje se broj pratitelja približava brojkama od 30.000. HURA se sa svojih šest strukovno relevantnih internetskih stranica profilirala kao glavno mjesto informiranja o novostima i događanjima u industriji, a veliki dio vijesti na HURA-inoj internetskoj stranici čine upravo novosti članica i zajednički sadržaji. Uz online medijski svijet, stavljamo veliki fokus na okupljanja uživo, u čemu su Dani komunikacija najbolja prilika da okupimo vodeće stručnjake, proširimo postojeću publiku i ojačamo poziciju na tržištu. D. I. Ballon iskoristila je priliku za najavu novog izdanja HURA CEO Eventa, koji će članove HURA-e sada već četvrti put vratiti u rovinjski Grand Park Hotel 19. listopada 2023., a u sklopu kojega će se održati i izborna Skupština Udruge HURA. Dokaz da se znamo i dobro zabaviti bio je godišnji HURA party, koji je u prosincu 2022. održan u Petom kupeu, a krajem ove godine članove i njihove partnere očekuju novo izdanje.

Znanje

Ulaganje u znanje i povećanje kapitala znanja članova i tržišta oduvijek je bio jedan od primarnih ciljeva HURA-e. U 2023. članovima smo ponudili devet edukacija, a na Skupštini je najavljena jubilarna 10. sezona HOWtoWOW akademije, koja će biti objavljena tijekom ljeta. Znanje, kreativnost i rezultate također smo nagradili i na strukovnim natjecanjima – nacionalno kreativno natjecanje IdejaX imalo je rekordni broj od 160 prijava ove godine, dok je digitalno natjecanje MIXX zabilježilo rast od 38 % s čak 128 prijavljenih projekata. Na prestižnom natjecanju marketinške učinkovitosti Effie Awards Croatia dodijeljeno je ukupno osam nagrada najefikasnijim komunikacijskim projektima na tržištu, a mladih lavova na natjecanju Young Lions Croatia bilo je 57 % više od prošle godine, i to ukupno 110 natjecatelja, odnosno 55 timova od dvoje profesionalaca do 30 godina. Na regionalnom natjecanju BalCannes, koje slavi kreativna postignuća Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije, natjecalo se također rekordnih 180 projekata, a čak je četvrtina njih bilo prijavljeno u kategoriju Social Responsibility, što je veliki testament regionalne industrije stremjenju k pozitivnim promjenama u društvu. Ove su godine natjecanja IdejaX i BalCannes dobila nove, održive statue koje potpisuju dizajneri Jelena Babić i Sven Sorić, čime su se pridružila MIXX-u i Young Lionsu za koje smo prošle godine dali izraditi modernizirane i održive statue.

Podaci

Podaci generiraju insighte koje članovima HURA-e daju pregled stanja na tržištu te im pomažu unaprijediti vlastito poslovanje. U Q1 2023. proveli smo istraživanje percepcije struke u suradnji s Ipsosom, koje provodimo svake četiri godine s ciljem razumijevanja percepcije struke tržišnog komuniciranja, privlačnosti rada u industriji oglašavanja te stavova o oglašavanju. Preliminarni rezultati indiciraju da većina populacije smatra oglase pozitivnima i da se trend rasta očekuje i dalje, što govori o utjecaju HURA-ine zajednice kroz sve njene aktivnosti i inicijative. Dogovorili smo da prvi put ikad Hrvatska sudjeluje u izdanju globalnog Diversity, Equity & Inclusion cenzusa u Q2 ove godine, a članovi su HURA-e bili pozvani na sudjelovanje kako bi zajedno dali svoj glas i doprinijeli stvaranju sigurnog prostora za raznolikost i inkluziju u industriji oglašavanja i marketinga. Već nas tradicionalno u Q3 očekuje novo izdanje HURA Media AdExa, te istraživanje prihoda, izvoza i broja zaposlenih članica HURA-e u Q4 kako bi agencije mogle vidjeti gdje stoje na tržištu. Dodatno je najavljeno kompleksno interno istraživanje o razvoju HURA-e, kojim će se CEO-i članica HURA-e ispitati što očekuju u budućnosti od Udruge, koje aktivnosti smatraju prioritetnima te u kojem smjeru vide razvoj HURA-e – na temelju rezultata istraživanja donijet će se odluka o daljnjim investicijama i razvojnim aktivnostima sukladno inputu članova.

Utjecaj

Kako bismo istaknuli vrijednost sektora agencija za tržišne komunikacije te omogućili neposredan dijalog s cijelim tržištem, aktivno se povezujemo s drugim udrugama i organizacijama poput Hrvatskog dizajnerskog društva, CroAI-ja, Hrvatske udruge za odnose s javnošću, Hrvatskog društva nezavisnih profesionalaca, Hrvatskog ureda za kreativnost i inovacije, UMTG-a i sl. Kako bi naše članice imale još jači utjecaj i više prilika, širimo se i izvan granica kao dio Europske udruge društava za tržišno komuniciranje (EACA-e), svjetske udruge agencija VoxComm, Cannes Lionsa, globalnog Interactive Advertising Bureaua (IAB) kao i IAB-a Europe te Effie Worldwidea. Kroz licencu IAB-a spojili smo se s tržišnim akterima u Hrvatskoj i svijetu te jačamo utjecaj u suradnji s oglašivačima, medijima, istraživačima, ad-tech platformama i više. U kontekstu politike i regulative, redovno obavještavamo svoje članove o novostima u industriji na lokalnoj i europskoj razini, posebice u kontekstu ukidanja kolačića treće strane, borbe protiv dezinformacija, oglašavanja HFSS hrane djeci i maloljetnicima, zaštite potrošača i pitanja privatnosti. Sudjelovali smo i u savjetovanju za novi Nacrt Uputa za prijavitelje Poziva za dodjelu bespovratnih sredstava Transformacija i jačanje konkurentnosti. Dodatno se Agencija za elektroničke medije, s obzirom na potrebu i obvezu reguliranja i boljeg definiranja stavki koje su vezane za oglašavanja, obratila HURA-i sa željom otvaranja dijaloga i pronalaska načina kako zajedničkim djelovanjem unaprijediti komunikaciju prema osjetljivim skupinama. Također je održan drugi dio HURA-ine strateške radionice, na kojoj su članovi Uprave HURA-e i tim Udruge nastavili rad na analizi poslovanja te

kreiranju dugoročne strategije kojom bi HURA nastavila sve snažnije podržavati svoje članove, industriju i cijelo komunikacijsko tržište. D. I. Ballon posebno je naglasila da je HURA uvijek tu za svoje članice i pozvala ih da nastave aktivno sudjelovati u svim postojećim inicijativama HURA-e kao i novim inicijativama koje planiramo u budućnosti.

5. Financijski izvještaj

D. I. Ballon predstavila je financijski izvještaj za 2022. godinu i proračunski plan za ostatak 2023. godine. Predstavljeni su iznosi gotovo identični projekcijama financijskog plana predstavljenog na 11. Skupštini Udruge HURA u Rovinju prošle godine, demonstrirajući veliku poslovnu stabilnost Udruge. Prošla je godina završena u plusu od 33.924,33 € zahvaljujući raznim inicijativama i partnerstvima te sredstvima iz Europskog socijalnog fonda. Prihodima Dana komunikacija u 2022. godini isplatili smo sve troškove rada, dok je sve ostalo uloženo za podršku struci i članovima – uključujući mnoge besplatne projekte i druge investicije za članove. Izvrstan poslovni rezultat Dana komunikacija omogućio je uspješnu i projektima bogatu 2023. godinu: postojeće su aktivnosti razvijene, a stvorene su i nove; povećao se profesionalni tim Udruge koji aktivno brine o svim aspektima poslovanja; članovima smo omogućili jedinstvene pogodnosti poput mnogobrojnih besplatnih edukativnih programa; najavljena je i investicija u interno istraživanje o razvoju HURA-e te nove zanimljive i korisne benefite za članove.

Po završetku pregleda članovi su jednoglasno prihvatili predstavljeni projektni izvještaj i plan kao i financijski izvještaj.

6. Članstvo

U. Zima predstavila je izvještaj Odbora za članstvo. Agencije IMC Agencija i Ured za ideje prijavile su se za punopravno članstvo u HURA-i, a U. Zima potvrdila je kako obje agencije zadovoljavaju Kriterije za članstvo Udruge. IMC Agencija službeno je primljena u udругu s 43 glasova „za“ i 1 „protiv“, a Ured za ideje primljena je s 44 glasova „za“. U. Zima izvijestila je i kako su agencije Younited agency i DIVISION4VISION stekle uvjete za prelazak iz predčlanskog statusa u punopravni, što je jednoglasno prihvaćeno za obje agencije. Nakon zatvaranja ove točke dnevnog reda D. I. Ballon zaključila je kako HURA zajednica broji rekordan broj članova, ovaj put čak 61.

U ime Skupštine M. Šola zahvalila je svima na sudjelovanju, naglasila veliki uspjeh HURA-e i svih njenih članica te je u 16:35 sati zaključena 12. Skupština Udruge HURA.

Zapisnik sastavio: Marin Vlainić, koordinator projekata