

ZAPISNIK 13. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 19. listopada 2023., početak u 15:12, završetak u 16:37

Nazočni:

1. 404
2. Abeceda komunikacija
3. Ascanius Media
4. BBDO Zagreb
5. Bruketa&Žinić&Grey
6. Degordian
7. DIVISION 4 VISION
8. EssenceMediacom
9. EuroART93
10. Fabula
11. Fakat
12. Futura DDB
13. Hauska & Partner
14. Human
15. IMC Agencija
16. Imago Ogilvy
17. I to nije sve
18. Izone
19. Kofein
20. Komunikacijski laboratorij
21. Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri
22. Kontra
23. Libra
24. Luna&Točka
25. Manjgura
26. McCann Zagreb
27. Millenium promocija
28. Nivas
29. OMD
30. Organizacija
31. Peppermint
32. Pragma
33. Publicis
34. Real grupa
35. RED agencija
36. SeekandHit
37. Spotstudio
38. S.T.A.R. Digital
39. Studio Nexus
40. Studio Sonda
41. Studio Šesnić & Turković
42. Studio Tumpić/Prenc
43. UM Zagreb
44. Val Grupa

1. Utvrđivanje broja prisutnih

Skupštinu je otvorio predsjednik Skupštine HURA-e K. R. Prosoli pozdravivši okupljene te zahvalivši svima na odazivu. Pritom se ukratko osvrnuo na kraj mandata trenutne Uprave HURA-e u sastavu: V. Bertalan, R. Cuculić, J. Fiškuš, K. Laco, a kojom je predsjedala A. B. Šiber te im zahvalio na dosadašnjem radu, trudu i značajnom zalaganju, posebice uzimajući u obzir dvije pandemijske godine. Skupštini je prilikom otvaranja nazočilo 38 članica s pravom glasa te je utvrđen kvorum. Tijekom izlaganja točke 3. pridružilo se još sedam članica, stoga je ukupan broj prisutnih članica bio 44.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

K. R. Prosoli pozvao je članove da predlože teme za točku dnevnog reda Razno, no nije bilo interesa. Prihvaćen je sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Pregled aktivnosti 2023. godine
4. Izvještaj 2019. – 2023.
5. Izbori
6. Članstvo
7. Razno

3. Pregled aktivnosti i financijski izvještaj 2023.

Predsjednica Uprave HURA-e A. Buljan Šiber otvorila je Skupštinu osvrtom na mandatno razdoblje svoje Uprave, u sklopu kojega je ukratko istaknula ključne okosnice rada, postavljene ciljeve te postignute rezultate. Na početku mandata postavljena su tri glavna cilja: (1) kontinuitet svih važnijih aktivnosti, kojima se htjelo pridonijeti kontinuiranom razvoju i napretku postojećih projekata i inicijativa Udruge kako bi cijelo tržište nastavilo rasti; (2) ojačati reputaciju struke, čime se namjeravalo industriju tržišnih komunikacija predstaviti u kontekstu pozitivnog utjecaja struke na društvo u cijelosti te mladom kadru pokazati kako upravo naša industrija svojim radom postavlja visoke strukovne standarde i društveno odgovornim poslovanjem utječe na društveni boljitak; (3) osigurati veću vidljivost hrvatskih agencija u regiji i šire kao jedan od glavnih ciljeva kako bi utjecaj HURA-inih članica bio na maksimalnoj razini u regiji. Osim postavljenih ciljeva, A. Buljan Šiber dotaknula se manje poznatih činjenica, poput organizacijske i financijske stabilnosti – HURA sada ima jasno definiranu podjelu rada u timu s osiguranim backupom, započet je proces revizije internih pravilnika i smjernica te pokrenuta strukturirana interna komunikacija s članicama kako bi rad HURA-e bio što usklađeniji s potrebama i željama agencija članica. U tome se kontekstu najavilo veliko 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 – a na temelju rezultata istraživanja donijet će se odluka o daljnjim investicijama i razvojnim aktivnostima sukladno inputu članova. Posebice nam je to bitno uzimajući u obzir veliko povećanje članstva u posljednjih nekoliko godina, uslijed čega se pojavila veća potreba za pojačanom komunikacijom s članovima – želimo čuti koje probleme agencije imaju u svome radu, kako se žele aktivirati po pitanju tih problema unutar HURA-e, koja su njihova šira očekivanja od strukovne udruge za cijelo tržište, ali i planovi za agencijski razvoj u kojem HURA može biti podrška i partner. U tomu se kontekstu radi na intenziviranju komunikacije i aktivaciji oko rješavanja poslovnih agencijskih izazova. Na ovoj smo Skupštini, stoga, učinili jedan od prvih potrebnih prvih koraka kako bi se započeo ovaj dugoročni proces – odlučili smo uvesti novi format Foruma, na kojemu smo pokrenuli proces strukturiranog dijaloga za strukturirane rezultate u komunikaciji s članicama. U kontekstu druge istaknute teme, konkretno financijske stabilnosti, ciljano se i kontinuirano umanjuje prihodovni značaj našeg trenutno financijski ključnog projekta Dani komunikacija, i to se već sada napravilo putem fondova EU-a, IAB-a Croatia kao nove organizacije, nove strukture prihoda te općenitog jačanja Udruge. A. Buljan Šiber svoj osvrt na mandat zaključila je konstatacijom kako se HURA službeno oporavila, ojačala te da nikad nije bila stabilnija, posloženija i uspješnija.

Nastavno na uvodno izlaganje A. Buljan Šiber, D. I. Ballon podnijela je izvještaj o radu za proteklu godinu i najavila prijedloge novih inicijativa i projekata u narednom periodu. Izvještaj je otvorila naglasivši najveća poslovna postignuća agencija članica koje su potvrdile značajnu tržišnu poziciju rastom ukupnih prihoda prvi put ikad na više od 300 milijuna eura, od čega su naše agencije 68 milijuna eura fakturirale u inozemstvu te su time postigle rast inozemnih prihoda od čak 10%. U znaku rasta bio je i broj zaposlenika naših članica, kojih je u 2023. među svim članicama HURA-e bilo 1364, što predstavlja porast od 7% u odnosu na godinu ranije. Snazi i utjecaju HURA-inih članica ide u prilog činjenica da njih 61 zastupa više od 80% ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji – a taj se utjecaj dodatno počeo manifestirati u međunarodnoj prepoznatljivosti hrvatske kreativnosti, pa smo tako imali tri člana žirija u Cannes Lionsu, dva člana žirija u Cannes Young Lionsu, a samo 2023. imali smo sedam hrvatskih predstavnika u žiriju natjecanja Effie Europe te četiri predstavnika u žiriju natjecanja Effie Global, dok je u domaćem kontekstu čak 90 članova žirija natjecanja i natjecateljskih odbora HURA-e. D. I. Ballon posebno je naglasila kako je sad postignut kontinuitet svih postojećih aktivnosti, kojim zajedno s članicama usavršavamo već dokazano kvalitetne prakse, pomičemo granice, a najveći naglasak u idućim koracima našega rada je modeliranje rada prema potrebama članica, s kojima ćemo zajedno i još direktnije krenuti planirati nove inicijative i programe po mjeri agencija. Kako bismo što kvalitetnije, učinkovitije i adekvatnije to zajednički realizirali, krenut ćemo s izradom strategijskog plana aktivnosti, koji će se uskladiti s već postojećim aktivnosti te potom krenuti s realizacijom na dobro postavljenim temeljima ovoga dugoročnoga procesa.

Tijekom 2023. godine kada su se naše članice i Udruga oporavile od financijskih izazova proteklih godina, bilo je mnoštvo realiziranih aktivnosti, a između ostaloga osigurali smo članstvu čak 122 besplatne kotizacije za priznatu HOWtoWOW akademiju, brojne izvještaje i rana upozorenja o regulativi, analize i podatke o stanju u struci i među članicama, webinare i besplatne edukacije tijekom cijele godine, stabilnost i rast zajednice, najviše standarde i dobre prakse, relevantnost i lidersku poziciju u CEE regiji, mjesto za stolom u europskim raspravama i nova ulaganja. Od

niza uspješno održanih evenata izdvojila je Dane komunikacija 2023, interaktivne radionice u sklopu 10. sezone HOWtoWOW akademije, koja je došla do 70 održanih radionica s prosječnom ocjenom predavača od 4.9 (poput How To Turn Storytelling with Data into a Creative Drama marketinškog stručnjaka Ravida Kuperbega, How to Get Future Ready Mindset najbolje ocijenjenog HOWtoWOW predavača Allistera Frosta u suradnji s Mastercardom te How to Do AI with Swag nizozemske predavačice i AI stručnjakinje Charide Dorder), polugodišnje Skupštine i okupljanja članica HURA-e, poznatog HURA Partyja te drugih. Kako su Dani komunikacija ključan projekt agencija članica HURA-e, posebno je zadovoljstvo činjenica da se festival ističe na nacionalnom nivou kao jedan od najboljih događanja u zemlji i šire, okuplja najvažnije aktere u zemlji, povećava atraktivnost industrije mladom kadru, ističe se iznimno visokom kvalitetom sadržaja, te je besprijekorna organizacija, produkcija i realizacija od iznimnog interesa članova.

Ključni je zadatak članstva, uz povećanje kapitala znanja, i podizanje kvalitete tržišta i svakog njenog aspekta. Kako se cijela industrija vremenom razvijala, postajala naprednija i sveobuhvatnija, tako je agencijsko poslovanje postajalo kompleksnije i raznolikije – stoga danas strukovna natjecanja slave i nagrađuju razne tržišne aspekte s ciljem naglašavanja agencijskog rada bez obzira na njihovu veličinu ili opseg usluga. Tako na IdejiX i BalCannesu nagrađujemo agencijsku kreativnost, na Effie Awards Croatia marketinšku efikasnost i tržišne rezultate, u sklopu MIXX Awards Croatia slavimo najbolja digitalna postignuća, dok Young Lions Croatia nagrađuje mlade talente industrije. Sve je to potpomognuto pravovremenim osluškivanjem potreba tržišta od strane agencija članica, pa je ove natjecateljske sezone na samo ovih pet natjecanja pristiglo čak 600 prijava, što HURA-ino članstvo spaja s najvažnijim svjetskim festivalima, omogućuje im žiriranje na globalnim natjecanjima kao što su Effie Global i Cannes Lions, daje im ogromnu dodatnu vrijednost putem povezivanja s klijentima u žirijima te putem prepoznaje najbolje od produkcije. Nikada do sada nismo imali ovoliko broj hrvatskih predstavnika u žirijima internacionalnih natjecanja, što je najveći dokaz stručnosti i kvalitete HURA-inih agencijskih stručnjaka.

Tržište smo o svim ovim inicijativama i projektima naših članica informirali putem društvenih mreža, gdje je interes za njihove aktivnosti prikupio publiku od čak 30.000 pratitelja, a komunikacijski su članice bile sveprisutne sa stotinama medijskih objava i vijesti, čime privlače pozornost svih stručnih medija u Hrvatskoj. Sve je to rezultiralo da članske aktivnosti medijski nikada nisu bile eksponiranije, a stručnjaci iz agencija nikada u tolikoj mjeri prepoznati kao najveći i najbolji u zemlji. Ovim ciljanim širenjem publike, medijskim rastom i HURA-inom podrškom članicama sa čak šest strukovno relevantnih web-stranica, HURA je sa svojim članstvom postala ključna točka informiranja o novostima i događanjima kako članova tako i industrije u cijelosti.

D. I. Ballon potom se dotakla sijaseta financijskih benefita koje smo tijekom 2023. godine omogućili članovima, od čega se ističu popusti za sve HURA-ine projekte, nepromijenjena cijena kotizacije za članove za Dane komunikacija (čak do 120 EUR po kotizaciji) unatoč inflaciji, brojne besplatne edukacije i sadržaji kao i objave, najave i promocije vijesti i evenata članova, razna gostovanja na festivalima, povlaštene cijene za prijave na strukovna natjecanja (do 90 EUR po prijavi) te čak povoljne cijene i za klijente agencija članica.

Kako utjecaj HURA-e i njenih članica ne bi ostao prepoznat samo na domaćem tržištu, svoj smo utjecaj širili i izvan granica putem raznih projekata i povezivanjem s ključnim akterima – uz intenzivnu i cjelogodišnju suradnju s Europskom udrugom društava za tržišno komuniciranje (EACA) i globalnim te europskim Interactive Advertising Bureauom (IAB), ekskluzivni smo predstavnik organizacije Effie Worldwide za Hrvatsku te već 15 godina pripremamo ovo prestižno natjecanje domaće industrije, a i otvorene su prijave na BalCannes, natjecanje kreativnosti koje okuplja prijavitelje iz pet zemalja regije. Također smo primili službeni poziv za sudjelovanje na velikom sastanku službenih predstavnika Cannes Lionsa, što predstavlja dodatno priznanje za stručnost članstva i njihov doprinos svjetskoj industriji tržišnih komunikacija. Ovakve aktivnosti omogućuje nam kontinuirano povezivanje s mnogim partnerima na domaćem i stranom tržištu, od čega se ističu Hrvatsko dizajnersko društvo (HDD), Hrvatsko društvo nezavisnih profesionalaca (HDNP), Hrvatska udruga za odnose s javnošću (HUOJ), Udruga za blockchain i kriptovalute (UBIK), Udruga za mjerenje televizijske gledanosti (UMTG), VoxComm, WomanComm, Udruga digitalnih nomada Hrvatske (DNA), Hrvatski ured za kreativnost i inovacije (HUKI), Hrvatska udruga za umjetnu inteligenciju (CroAI), Split Tech City (STC) i drugi.

Kao jedan od važnijih novih projekata u posljednjem periodu svakako se ističe IAB Croatia, za koji smo prije dvije godine preuzeli licencu za hrvatsko tržište kako bi naše agencije i u tom segmentu bile prepoznate kao apsolutni lideri. Ujedno su time HURA-ine članice prvi put dio konstruktivne zajednice oglašivača, agencija i medija koja aktivno radi na boljitku i napretku svih aktivnih dionika u digitalu. U manje od dvije godine okupljeno je svekoliko članstvo agencija za tržišno komuniciranje, oglašivača, izdavača i ad-tech platformi, kojih IAB Croatia danas broji 94. HURA-inim agencijama članstvo u IAB-u Croatia omogućeno je bez ikakve dodatne naknade (članarina se naplaćuje ovisno o prihodima, a doseže i do 1500 eura), a svejedno dobivaju ekskluzivni pristup globalnim resursima, najboljim praksama, podacima iz istraživanja i izvještaja te pod okriljem IAB-a uživaju ugled nositelja svjetski prepoznate licence. Osim toga, dok je legislativni rad IAB-a i njenih članova direktno utjecao na izbjegavanje zabrane ciljanog oglašavanja u državama članicama Europske unije, što bi se svakako negativno odrazilo i na poslovanje članica HURA-e, agencije putem IAB-a Croatia postavljaju i najviše standarde digitalnog tržišta pomoću definiranja digitalnih formata u raznim smjernica dobre prakse o native advertisingu, digital out-of-home oglašavanju, kolačićima treće strane i pažnje u digitalnom marketingu.

Zaključno na podneseni izvještaj za 2023. godinu i sve navedene uspjehe naših članica kroz Udrugu i šire, D. I. Ballon naglasila je važnu činjenicu kako je iznimno važno ostvarivati prihode i izvan članarina, pa smo posebno ponosni na činjenicu da čak dvije trećine ukupnih prihoda Udruge dolaze od klijenata i drugih tržišnih aktera izvan HURA-e.

Kada gledamo u budućnost, a kao što je ranije spomenuto, cilj je HURA-e da pomičemo granice, usavršujemo već dokazano kvalitetne prakse, oslušujemo potrebe članova te kreiramo nove inicijative i programe po njihovoj mjeri. U tome kontekstu D. I. Ballon predložila je članovima, ovisno o financijskom rezultatu 2023. i 2024. godine, prve investicijske planove.

Prvi od kojih je već spomenuto istraživanje pulsa članstva odobreno na prošloj Skupštini Udruge HURA na proljeće 2023., kojim inzistiramo na povratnoj informaciji članova prema kojima ćemo zajedno postaviti temelje za reviziju

postojećih aktivnosti, daljnji razvoj i druge aktivnosti Udruge. Ovo je istraživanje prioritarno za nastavak rada Udruge, stoga se planira provesti već do kraja 2023. godine, a rezultati će biti članicama predstavljeni na sljedećoj Skupštini Udruge. Budući da će ovaj projekt činiti temelj rada HURA-e u narednom periodu, izuzetno nam je bitno da to bude izvedeno ozbiljno i s konkretnim te mjerljivim ciljevima, stoga ćemo rezultate kao i postignuti pomak mjeriti u followup istraživanju nakon četiri godine. Istovremeno, veći naglasak stavljat ćemo na aktivnost i uključivanje članova, što je istaknuto već na ovom okupljanju; budući da se rijetko vidimo u ovom sastavu, u Rovinju smo u sklopu službene agende inicirali prvi Forum članova – novi format kojim smo otvorili strukturirani dijalog za strukturirane rezultate u komunikaciji s članicama, a koji je poslužio kao predkorak za istraživanje.

Dodatak: tijekom Foruma, koji je održan isti dan nakon Skupštine i trajao devedeset minuta, dio članica iznio je niz razmišljanja i mišljenja koja su zabilježena. Svi su članovi pozvani pridružiti se, no sudjelovanje nije bilo obavezno. Za one koji su se željeli pridružiti, Forum je organiziran na način da se članstvo Udruge podijelilo u tri skupine radi interaktivnosti prema kriteriju broja zaposlenih (podaci na temelju baze Digitalne komore i FINA-e/info.BIZ za 2022. godinu). Skupine su moderirali članovi Uprave HURA-e K. Laco, R. Cuculić i V. Bertalan. Zaključci su s Foruma zapisani i evidentirani, bit će pribrojeni i obrađeni zajedno s rezultatima istraživanja Pulsa članstva te uzeti u obzir prilikom planiranja daljnjih aktivnosti.

Drugi se prijedlog odnosio na ulogu HURA-e kao suizdavača sveučilišnog udžbenika *Marketinška komunikacija*, koji bi postao temeljni materijal u razvoju i promicanju znanja u području marketinških komunikacija, a na kojem ćemo raditi u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Zagrebu i prof. dr. sc. Anom Tkalac Verčić. Aktualni udžbenik prof. Tanje Kesić koji se koristi na katedri star je 20 godina, a novi bi uključivao 15 studija slučaja i intervjua s autorima najnagrađivanijih domaćih projekata u posljednjih nekoliko godina, pri čemu će izbor biti finalno definiran u suradnji s autoricom knjige, sukladno zadanim poglavljima. Suradnja na udžbeniku uključivala bi financijsku podršku u iznosu 10.000 EUR, komunikacijsku podršku kroz HURA-ine kanale te uključivanje praktičara iz HURA-e kroz prikazivanje najnagrađivanijih projekata.

Nadalje, treći je investicijski prijedlog uključivao HURA CEO Event, posebno godišnje okupljanje hrvatskih agencijskih lidera, CEO-a i management levela vodećih agencija za tržišne komunikacije, kojim smo stvorili tradiciju koja predstavlja priliku za godišnje druženje članova i razmjenu iskustava. Važno nam je bilo da se cijena HURA CEO Eventa za članove nije značajno mijenjala u odnosu na prošlu godinu, unatoč ukupnoj cijeni koja je zbog inflacije i ranijeg termina okupljanja (zbog zatvaranja hotela), porasla na više od 700 EUR, stoga smo iz HURA-ina budžeta rezervirali 15 – 20 tisuća EUR kojima smo pokrili razliku.

Četvrti je prijedlog investicija koja bi uključivala izradu nove internetske stranice IAB-a Croatia, koja je u početnom dvogodišnjem periodu od HURA-ina preuzimanja licence pokazala izuzetan potencijal i potvrdila interes tržišta, a za razvoj aktivnosti potrebna nam je kvalitetna platforma za komunikaciju, predstavljanje članova i aktivnosti.

Najvažnije od svega, na temelju prioriternih tema, programa rada nove Uprave te, najbitnije, feedbacka članica, u planu su nove inicijative u dogovoru s članstvom.

K. R. Prosoli dao je Skupštini na glasanje predstavljeni izvještaj rada za 2023. kao i predložene inicijative za 2024. godinu, a oboje je jednoglasno prihvaćeno s 44 glasa za.

4. Izvještaj 2019. – 2023.

Zakružili smo ovaj dio Skupštine poslovnim izvještajem četverogodišnjeg rad povezanog s Upravom na odlasku, u sklopu kojega je D. I. Ballon ukratko predstavila četverogodišnji pregled postignutih rezultata od posljednje izborne Skupštine HURA-e. To su razdoblje obilježile dvije pandemijske godine, kojima smo unatoč postavili snažne temelje za daljnji uspjeh. Od 2019. godine članstvo je vrtoglavo naraslo – broj se agencija članica povećao za čak 60%, što pokazuje važnu potrebu i ulogu HURA-e za razvojem agencijskog poslovanja i napretka cijelog tržišta. Tome su doprinijele i druge brojke, poput rasta HURA-ina tima za 57%, okupljanja 94 tvrtke članice IAB-a Croatia, porasta broja prijava na strukovna natjecanja za 41%, rasta Dana komunikacija za 30% i prodanih festivalskih kotizacija za 21%, a broj projekata i inicijativa udvostručen je u ove četiri godine. Tržišni lead naših članova potvrđen je i činjenicom da je HURA zahvatila šire domaće tržište (oglašivači, istraživači, mediji...) uz veliki uspjeh dobivanja licence, osnivanja, vođenja i rasta nove zajednice IAB-a Croatia. Osnivanjem višestrukih hubova i radnih skupina u sklopu IAB-a Croatia povezali smo tržište, radili na poboljšanju kvalitete i izdali korisne smjernice za različite digitalne sektore – svi su ovi faktori, uz osiguravanje besplatne članarine za IAB Croatia, višestruko doprinijeli poslovanju članica HURA-e u kontekstu pristupa novim mogućnostima, povezivanju i razvoju. Osim preuzimanja IAB licence, na tržištu su glavni projekti članova HURA-e – Dani komunikacija, HOWtoWOW akademija, HURA CEO Event, BalCannes, IdejaX, MIXX, godišnji party i drugi – izuzetno cijenjeni te i uzor inicijativama i drugim udruženjima, čime stvaramo dobru sliku o našim članovima, tržištu i puno šire. Održavanje najviše kvalitete i standarda navedenih inicijativa dovelo je do toga da su naše članice kroz HURA-u postavile benchmark na tržištu: naše procjene medijske potrošnje, analize domaćeg tržišta agencija, smjernice dobre prakse, istraživanja te međunarodni podaci redovan su izvor konkretnih podataka o tržištu koje druge zemlje nemaju – uz otvaranje sjajnih priča i promoviranje članica i struke u medijima. Tome je svakako svoj doprinos dao BalCannes, koji se 2023. prvi puta održao na Danima komunikacija i time otvorio nova vrata brojnim suradnjama, novim prijateljstvima i prepoznatljivosti Dana komunikacija na tržištu. S obzirom da smo svi svjesni koliko utjecajnu moć naša industrija ima u vidu pozitivnih društvenih promjena, posebno smo ponosni da već više od godine dana realiziramo veliki CSR projekt Digiceda. U sklopu ovoga projekta, koji sufinancira Europski socijalni fond, zajedno s partnerima Zakladom Solidarna, Centrom Sirius i Udrugom IKS provodimo edukativne programe digitalne pismenosti i mentalnog zdravlja s ciljem povećanja zapošljivosti, doprinoseći smanjenju nezaposlenosti i jačanju gospodarskog potencijala Sisačko-moslavačke županije. Projektom obrazujemo zaposlenike organizacija civilnog društva te krajnje korisnike (djecu, mlade i nezaposlene) za inovativna zanimanja budućnosti, a dosad smo održali 20 radionica za 400 sudionika. Naposljetku, veliki faktor svih ovih inicijativa, njihove visoke kvalitete te razgranatosti svega što s članicama cijele godine realiziramo bila je profesionalizacija tima HURA-e, koji prvi put ima senior staff u sastavu Maja Baumschabel, Helena Fuker, Barbara

Tolić Aušić, Marin Vlanić i Eva Trstenjak uz kolege Frana Ljubeja, Moniku Bogdanić, Katarinu Osmak, druge studente i outsource partnere.

Zaključen je izvještajni dio ove izborne Skupštine, ali i uspješan četverogodišnji period rada Udruge-e te je HURA spremna ući u novo razdoblje, čiji su prvi korak nadolazeći izbori članova svih tijela HURA-e.

5. Izbori

Prije odabira novih članova tijela HURA-e na glasovanje je dan prijedlog izborne komisije u sastavu: D. Ciglar kao predsjednik izborne komisije, S. Petek Mujačić i B. Tolić Aušić, a koji je jednoglasno prihvaćen.

K. R. Prosoli dao je riječ A. Buljan Šiber, koja je u ime Uprave predložila J. Fiškuš iz Studija Sonde kao novog mandataru te istaknula kako je riječ o najnagrađivanijoj kreativnoj direktorici u Hrvatskoj, osvajateljici Cannes Lionsa te prvoj hrvatskoj predstavnici u žiriju Cannes Lionsa koja iza sebe ima četverogodišnje iskustvo kao članica Uprave, a ujedno od samih početaka aktivno sudjeluje na HURA-inim projektima te je više nego spremna preuzeti poziciju predsjednice Uprave HURA-e.

Riječ je potom prepustila J. Fiškuš, koja je zahvalila na ukazanom povjerenju i potom predstavila predložene članove nove Uprave: R. Cuculić (s medijskom ekspertizom), M. Frančešević (s digitalnom ekspertizom), K. Laco (s ekspertizom u odnosima s javnošću) te M. Šesnić (s kreativnom i dizajnerskom ekspertizom).

Nastavno na poziv svim članovima da se kandidiraju kako za Upravu tako i za druga tijela Udruge, te činjenicu da nakon zatvaranja roka nije bilo alternativnih prijedloga, J. Fiškuš kao jedina prijavljena kandidatkinja za predsjednicu Uprave predstavila je skicu programa rada tijekom četverogodišnjeg mandata.

U nastojanju da nastavi rad prethodnih Uprava, J. Fiškuš istaknula je ključne ciljeve nove Uprave. Kao prvu je izdvojila kontinuitet uspješnih aktivnosti, od Dana komunikacija, edukacija, profesionalnih natjecanja, standardiziranja i promicanja pravila te preporuka za boljitak struke putem smjernica i kodeksa, zajedničkog PR-a te nastupa i promicanja članica. Drugi cilj pretpostavlja širenje utjecaja gdje je bitno kako bi HURA postala aktivni sukreator odluka važnih za sve čime se članice bave. Planira se proaktivno predlagati programe nadležnim tijelima i svim dionicima koji su donositelji odluka koje nas se tiču, a s ciljem poboljšanja kvalitete prilika i uvjeta u agencijskom poslovanju. Uz to se želi ojačati suradnja s državnim tijelima i institucijama, javnim poduzećima, znanstvenim, obrazovnim i drugim institucijama, ali i biti što više uključeni u radne skupine javnih tijela i utjecati na donošenje legislativa i pravilnika koji su nam važni, a prije nego što postanu konačni dokumenti. Prvi je korak mapiranje subjekata koji su nam važni, zatim postavljanje ciljeva prema njima, izrada plana djelovanja te same aktivnosti. Treći se cilj nove Uprave odnosi na transparentnost, reviziju i jasnije uspostavljanje opisa, zaduženja, procedura, ali i očekivanja i benefita vezanih uz rad tijela Udruge. Ovaj cilj proizlazi iz potreba da se što više ljudi iz što više agencija članica uključi u rad HURA-e. Budući da je svaka udruga jaka onoliko koliko ju njezine članice podržavaju i koliko su

aktivne u radu, planira se stvaranje komunikacijske platforme i procese koji to omogućuju, jasni su i potiču na aktivnosti. Četvrti izneseni cilj progovara o važnosti rada na aktivnostima koje potiču i promoviraju pozitivne promjene u društvu. HURA i njezine članice, kao kreatori svih najvažnijih komunikacijskih projekata u državi, imaju priliku i snagu biti pokretači mnogih aktivnosti koje su na dobrobit zajednici i društvu. Istaknula je da moramo težiti kao struka biti relevantni i privlačni kao poslodavci novim generacijama, što je jedino moguće ako budemo primjer drugima. Posljednji se cilj odnosi na fleksibilnost temeljenoj na dvosmjernoj komunikaciji. Uslijed strelovitog rasta članstva nikada nije bila važnija uspostava novih načina i kanala prikupljanja informacija od svih članica o tome što im je u vezi s HURA-om važno i djelovanje u skladu s time, kao i novih načina komunikacije prema van. Objasnila je kako su prvi koraci Forum na HURA CEO Eventu i najavljeno istraživanje iz kojeg će proizaći jasniji plan daljnjih aktivnosti. Jedino će tako dvosmjerna komunikacija postati praksa unutar Udruge.

Na poziv K. R. Prosolija, podijeljeni su glasački listići. Po završetku glasovanja Izborna komisija objavila je ispravnost svih glasačkih listića, od kojih je 43 bilo za, a 1 protiv. Uzevši u obzir da je za ovu odluku potreban 50% plus 1 glas svih glasova u Udruzi (31 glas), Izborna je komisija proglasila J. Fiškuš novom predsjednicom Uprave HURA-e, a predložene članove (R. Cuculić, M. Frančešević, K. Laco, M. Šesnić) novom Upravom HURA-e. Kako se na poziv članovima da se jave ako su zainteresirani za rad u ostalim tijelima HURA-e nitko nije javio mailom tijekom roka, dan je prijedlog da se produži mandat u tijelima HURA-e onima koji su u mogućnosti nastaviti obnašati svoju funkciju, a kao alternativa onima koji više nisu bili u mogućnosti obnašati funkciju, pozvani su kandidati koji su izrazili usmeni interes za radom u tijelima Udruge. Za izbor ostalih tijela HURA-e – Sud časti, Odbor za članstvo te Predsjednik i Potpredsjednik Skupštine – također je bio potreban 50% plus 1 glas svih glasova u Udruzi (31 glas). Na izglasavanje su potom dana sljedeća tijela po redu: Sud časti HURA-e (N. Jacmenović, L. Duboković, E. Tetec) – 43 za / 1 protiv; Odbor za članstvo (P. Baburić, V. Preselj, U. Zima) – 43 za / 1 protiv; Predsjednik i potpredsjednik Skupštine (K. R. Prosoli i T. Presečki) – 40 za / 4 protiv. Izborna komisija potvrdila je valjanost glasačkih listića, a K. R. Prosoli uputio je čestitke novim članovima Uprave i drugih tijela HURA-e.

6. Članstvo

U odsustvu članova Povjerenstva za članstvo, D. I. Ballon obavijestila je sve prisutne kako je agencija Lloyds Digital odlučila ne prijeći u punopravno članstvo te je time izuzeta iz članstva HURA-e.

U ime Skupštine K. R. Prosoli zahvalio je svima na sudjelovanju, naglasio veliki uspjeh HURA-e i svih njenih članica te je u 16:37 sati zaključena 13. Skupština Udruge HURA.

Zapisnik sastavio: Marin Vlainić, Communications & Social Media Manager