

Skraćeni zapisnik sastanka Uprave HURA-e

Datum: 7. i 17. svibnja 2024.

Prisutni: Dunja Ivana Ballon, Jelena Fiškuš, Mario Frančešević, Marko Šesnić, Kristina Iaco, Rajna Cuculić, Ivana Delalić, Maja Baumschabel i Barbara Zorić.

1) Dani komunikacija 2024.

Deseto izdanje Dana komunikacija, održano u dobro poznatom hotelu Ione u Rovinju od 11. do 14. travnja 2024. godine, obilježeno je rekordnom posjećenošću i fantastičnom energijom. Cjelogodišnje pripreme sve do zadnjeg trenutka odvijale su se s velikim entuzijazmom i uspjehom, što dokazuju brojke od ukupno 163 predavača i izvođača, 123 partnera festivala te više od 70 programskih sadržaja održanih na 7 festivalskih lokacija, dok je ovogodišnje izdanje popratilo oko 80 medija iz Hrvatske i regije, uz više od 900 medijskih objava koje su pomogle cijeloj komunikacijskoj zajednici prenijeti ne samo ključne informacije nego i istinski osjećaj festivala. Brzina prodaje kotizacija i popunjavanja smještajnih kapaciteta još je od objave službenih datuma ukazivala na potencijal velike posjećenosti, a organizacija se tim povodom pripremila na razne varijante u slučaju lošeg vremena ili ispunjenih kapaciteta dvorana te je uvela novu dvoranu ŠŠŠumicu, u kojoj su se u petak i subotu održavali paneli i prezentacije.

Kreativna industrija na svom festivalu nudi inovativne formate

Organizacijski je tim s produkcijom festivala i Organizacijskim odborom održao brojne sastanke ususret festivalu kako bi bili spremni na sve scenarije po pitanju vremena, potencijalnih gužvi, ugošćivanja novih posjetitelja i sl. te kako bi osigurali dodatne i nove sadržaje, čime su deseto izdanje festivala učinili posebnim. Tako je ove godine u sklopu programa festival ponudio inovacije poput predavanja u ponoć, predavanja na plaži, pive poslije programa, beach afterpartyja uz zalazak sunca, spektakularne nove

produkcije glavne 360° dvorane, rasprodane prve količine FUCK & I OVF mercha, nove četvrte dvorane, prvoga AI asistenta jednog ovakvog događanja u Hrvatskoj i čitav niz drugih sadržaja nikada sunčanijeg izdanja Dana komunikacija. Program u dvorani AAA obilježila su predavanja 13 predavača iz Argentine, SAD-a, Singapura, UK-a i Belgije, koji su publiku oduševili svojim znanjem i iskustvom u područjima bihevioralne ekonomije, storytellinga, kreativnosti, društvenih mreža, neuroznanosti, kontroverznih poduzetničkih pothvata, Metaversea, izazivanja statusa quo i mnogih drugih tema koje su tijekom tri dana punile glavnu dvoranu.

Domaća ekspertiza u fokusu

Najzastupljenija je u programu i ove godine bila lokalna industrija: čak tri druge festivalske dvorane imale su sadržaje s domaćim stručnjacima, od čega i brojnim članovima naše udruge, koji su sudjelovali u nizu diskusija o ključnim temama za industriju. Raspravljalo se o širokom spektru tema, uključujući digitalne trendove, umjetnu inteligenciju, kriptovalute, uspjehe, neuspjehe te aspekte kreativnosti i odnosa s javnošću. Uz dnevni program, tijekom tri festivalske večeri nagrađivali smo najbolje među vama: dodijeljena su priznanja za najbolje projekte u natjecanjima MIXX, IdejaX, BalCannes, Fffie, Young Lions. Između 518 projekata kandidata, na odabiru kojih je sudjelovalo 118 članova žirija i odbora natjecanja, odabrana su 4 Grand Prixa, 2 agencije godine te 2 oglašivača godine. Nakon dodjela, pobjednici i svi ostali posjetitelji festivala mogli su se zabaviti na partyjima u sklopu hotela I one.

Zaključni dojmovi

Tri sunčana dana ovogodišnjeg festivala prošla su iznimno uspješno, što je potvrdila i Uprava HURA-e na prvoj sjednici nakon Dana komunikacija na kojoj su pohvalili ovogodišnji uspjeh, dali konstruktivne ideje za podizanje festivala na još višu razinu sljedeće godine i zaključili DK2024. D. I Ballon istaknula je kako je ovo izdanje festivala nadmašilo sva očekivanja, najavila nastavak inovacija na DK2025 te još jednom naglasila kako je, kao i prethodnih godina, i ovo izdanje festivala u fokus stavilo članove udruge. Festival se primarno financira iz vanjskih izvora te ne crpi budžete članica. Osim sudjelovanja u programu, panelima i diskusijama festivala, za članove je cijena kotizacije i ove godine bila posebna pogodnost te se mogla osigurati ispod tržišne cijene

2) Provedeno je veliko istraživanje članstva HURA-e, uslijedit će daljnja razrada i nove aktivnosti

Istraživanje članstva HURA-e, koje nam je izričito važno, a najavljeno je na Skupštini u Zagrebu u lipnju prošle godine, sada je provedeno. Ipsos je fazi finalne obrade te će nam rezultate predstaviti na idućoj Skupštini. U skladu s rezultatima istraživanja, na sljedećoj će Skupštini, za koju je radni termin 11. srpnja, ujedno biti predstavljen čitav niz novih aktivnosti Udruge. Voditeljica istraživanja Vida Cenčić aktivno je tijekom čitavoga procesa istraživanja bila u kontaktu sa svim članovima te se, od ukupno 60 agencija, intervjuima odazvalo njih 57. Glavna je svrha intervjua bila potaknuti članove da izraze svoju perspektivu, želje te mogućnost doprinosa udruzi. Ovim predstavljanjem rezultata našeg kvalitativnog istraživanja članstvo će dobiti uvid u zaključke i smjernice koje proizlaze iz istraživanja, te će imati priliku raspravljati o mogućim daljnjim koracima i akcijama.

Kako se istraživački proces privodi u kraju u formi finalnog izvještaja koji priprema voditeljica istraživanja, članovi Uprave i D. I. Ballon planiraju u sljedećem kvartalu organizirati i neformalne susrete s članicama (jedan na jedan) nakon nadolazeće Skupštine, na kojoj će biti predstavljeni rezultati istraživanja Pulsa članstva. Iako sudjelovanje neće biti obvezujuće, ovi susreti omogućit će dodatne informacije te obogatiti i dati novu dimenziju istraživanju Pulsa članstva, unaprijediti povezivanje i bolje razumijevanje potreba i planova te ponuditi smjernice kako se članice mogu aktivnije uključiti u rad udruge i potaknuti suradnju u budućnosti.

3) Analiza aktualnih projekata Udruge i planiranje nadolazećih

HURA-in je tim već dulje vrijeme u procesu analize, revizije i prijedloga unapređenja projekata Udruge kako bi osigurao kontinuitet kvalitete, podršku članovima, uvijek podržavajuće te inovativne aktivnosti za agencije članice i cijelu strukovnu zajednicu. Važno je istaknuti kako će se, u skladu s rezultatima

istraživanja Pulsa članstva, u razradu plana prioritetno integrirati i zabilježeni prijedlozi članova. Razrada plana bit će predstavljena na Skupštini Udruge, čime će se stvoriti dodatni prostor za povratne informacije, afinitete i aktivaciju članova. Inicijalni feedback Uprave na prijedloge bio je izrazito pozitivan pa će do Skupštine biti spremna i razrada prijedloga te aktivnosti koje će obogatiti rad svih članica i naše Udruge

4) **Financijski izvještaj za 2023. godinu**

Nakon predavljanja rezultata preliminarne financijske analize za 2023. godinu, čije su brojke gotovo identične onima predstavljenima na Skupštini Udruge HURA-e u studenome, D. I. Ballon izvijestila je Upravu kako je i predan financijski izvještaj u FINA-u. Ukupna dobit nakon oporezivanja u 2023. godini bila je 8.979,52 EUR. Kako je najavljeno na zadnjoj Skupštini, financijsko stanje pokazuje poslovnu stabilnost udruge; isplaćeni su svi troškovi rada, a sve ostalo investirano je u projekte, besplatne aktivnosti i pogodnosti za članove te HURA-in najveći projekt, festival Dane komunikacija. Prema financijskom izvještaju za 2023. godinu, vidljivo je kako smo poslovanje Udruge vodili uredno, transparentno i stabilno, te smo ispunili cilj neprofitnog djelovanja, tj. poslovanja usmjerenog na investiranje u članice.

5) **Marketinški udžbenik prikazat će najbolje projekte članica i informirati mlade talente**

Jedan je od važnih aspekata ulaganja u budućnost industrije upravo usmjerenost na edukaciju mladih talenata. Suradnja između HURA-e, Ekonomskog fakulteta i profesorice Tkalac Verčić, autorice udžbenika Marketinška komunikacija, tim je povodom ostvarena uspješno i prema planu. Nakon odabira projekata koji će biti ovjekovječeni u udžbeniku, HURA je povezala odabrane agencije s autoricom kako bi pripremili kvalitetan sadržaj za udžbenik. Namjera je da se već na glavnom studiju marketinških komunikacija odsad pa ubuduće studenti jače informiraju o agencijskom poslu, najboljim primjerima iz prakse, pa tako i HURA-i kao središnjoj strukovnoj udruzi. Udžbenik će biti temeljni materijal u razvoju i promicanju znanja

u području marketinških komunikacija te će studentima ponuditi uvid u radove praktičara kroz prikazivanje nagrađivanih te sadržajno relevantnih projekata, a uključivat će 15 studija slučaja i intervjua. Studenti će kroz njih imati priliku dublje razumjeti praktične aspekte ovog dinamičnog područja i pristupiti konkretnim primjerima iz stvarnog svijeta komunikacijske industrije. Ovaj udžbenik ne samo da će pružiti znanje i razumijevanje već će također unaprijediti kvalitetu i relevantnost obrazovnih programa u području marketinških komunikacija. HURA je kao suizdavač stajališta da će udžbenik biti inspiracija budućim generacijama marketinških profesionalaca te će dodatno plasirati industriju tržišnih komunikacija kao poželjnu u očima studenata, potičući ih da istraže inovativne pristupe i kreativne strategije u svojim budućim karijerama. Prikazani projekti pokazat će ulogu koju za hrvatsko tržište i gospodarstvo imaju agencije za tržišne komunikacije i HURA-ine članice kao potencijalni budući poslodavci mladih generacija studenata marketinga i ekonomije.

6) Nagrađeni najbolji projekti domaće i regionalne industrije

Sezona strukovnih natjecanja ponovno je pokazala da tržište u Hrvatskoj raste i razvija se: još jedna sezona natjecanja Dana komunikacija uspješno je privedena kraju. U organizacijskim odborima te žirijima natjecanja sudjelovalo je ukupno 118 industrijskih stručnjaka, a u četiri predseleksijska kruga i devet seleksijskih krugova članovi žirija pregledali su više od 500 projekata te prepoznali najbolje radove sezone.

IdejaX, nacionalno natjecanje posvećeno hrvatskim kreativcima koje već niz godina nagrađuje najoriginalnije i jedinstvene ideje koje pomiču granice, ove je godine zaprimila više od 160 prijava te time nastavila prošlogodišnji trend rasta interesa za natjecanje. Velika je novost prvi IdejaX Q&A Session na Danima komunikacija, kojem je cilj bio već transparentnoj prirodi ovog natjecanja dodati element dvosmjerne komunikacije te na taj način potaknuti važne dijaloge u industriji.

MIXX Awards Croatia, čiju licencu za Hrvatsku drži IAB Croatia, također je demonstrirao veliki interes zajednice, kao i stručnost digitalnih stručnjaka, te se gotovo 130 prijavljenih digitalnih projekata u petnaest kategorija natjecalo za titulu najboljih. Ove su godine prijavitelji i članovi žirija na raspolaganju

imali i Savjetnik o metrikama, koji je sastavio Organizacijski odbor natjecanja u suradnji s prošlogodišnjim predsjednikom žirija.

Natjecanje **Young Lions Croatia** ove je godine okupilo pedeset timova mladih stručnjaka, a uvedena je i nova skupina Marketers, čime se natjecanje otvorilo i prema mladim stručnjacima iz redova oglašivača.

Novo izdanje **BalCannesa** obilježila je produbljena suradnja sa stručnjacima iz regije – osnovan je Stručni savjet natjecanja BalCannes, čiji su vrijedni savjeti usmjerili organizaciju natjecanja u vidu novih kategorija i preporuka članova žirija, a suradnja se nastavlja i nakon zatvaranja sezone.

Na natjecanju **Effie Awards Croatia** ove je godine zabilježen porast u broju natjecateljskih projekata, što dokazuje relevantnost ovog natjecanja za struku, a veći postotak finalista u odnosu na prošlu godinu također ukazuje na rast u kvaliteti prijavljenih prijava. Dio zasluga za taj porast u kvaliteti zasigurno se može pripisati kontinuiranim naporima Effie Organizacijskog odbora u edukaciji tržišta te samom natjecanju Effie, koje prijaviteljima omogućuje uvid u vrijedne povratne informacije stručnih članova žirija.

U narednim tjednima organiziraju se sastanci s organizacijskim odborima i članovima žirija kako bi se prikupile povratne informacije o cjelokupnoj sezoni natjecanja te vrijedni prijedlozi za daljnje poboljšanje i rast natjecanja u budućim sezonama. U planu je revizija poslovnika organizacijskih odbora natjecanja u kojima će biti definirani kriteriji i način odabira članova organizacijskih odbora, a zatim i revizija pravilnika natjecanja na temelju prikupljenih povratnih informacija u mjeri u kojoj je to potrebno

7) Skupština članica HURA-e

Na inicijativu Uprave HURA-e, sukladno Statutu, članovima će uskoro biti upućen službeni poziv na 14. Skupštinu udruge HURA, koja će se održati u dvorištu I aube u Zagrebu na potencijalni datum 11. srpnja. Prije slanja službenog poziva za Skupštinu finalizirat će se sve potrebne stavke agende, a ova polugodišnja Skupština okupit će članove HURA-e te im, uz ostale točke agende, predstaviti izvještaj i daljnji plan rada

Udruge Svakako je u planu da prije skupštine članovi sve potrebne materijale dobiju u pisanom obliku kako bi se mogli pripremiti te pristupiti glasovanju po svim točkama agende.

8) Analiza i revizija svih dokumenata i pravilnika HURA-e

U cilju još transparentnijeg poslovanja i još jačeg uključivanja članova, u tijeku je analiza, a potom i revizija postojećeg stanja kompletnih dokumenata, poslovnika i pravilnika HURA-e. Reviziju i analizu provodi HURA-in tim, a poslovnici organizacijskih odbora i pravilnici natjecanja predstavljaju ključan faktor u osiguravanju transparentnosti, dosljednosti i legitimnosti u procesu natjecanja, stoga je na sastanku Uprave utvrđeno da će inicijalni prijedlozi revizija u kontekstu poslovnika i pravilnika strukovnih natjecanja koji HURA-in tim kreira biti poslani organizacijskim odborima natjecanja na komentiranje. Inicijalna verzija s komentarima odbora potom će biti podnesena Upravi. Nakon prijedloga Uprave, a prije Skupštine, prijedlog dokumenata bit će poslan članovima na razmatranje i otvoren za komentiranje pisanim putem najmanje 14 dana prije Skupštine, nakon čega će se pristupiti glasovanju na Skupštini. Kroz ovaj proces, svi članovi će dobiti priliku da se uključe i podijele svoja mišljenja, jer ćete upravo na članovima biti konačna odluka, a na taj način osiguravat ćemo da svaka perspektiva bude uzeta u obzir.

Slijedom izglasavanja, na temelju novih poslovnika za organizacijske odbore će se formirati novi/prošireni organizacijski odbori, koji će potom formirati nove pravilnike natjecanja.

9) Kreiranje repozitorija usluga agencija članica

Na prošlogodišnjem CFO eventu HURA-e bilo je spomenuto kako u određenim segmentima poslovanja neke agencije članice imaju potrebe za specifičnim znanjima, stoga su članovi Uprave predložili knowledge sharing unutar HURA-e, koji bi funkcionirao po principu dijeljenja informacija agencija članica o njihovim konkretnim uslugama ili programima edukacije. Zainteresirane agencije članice i

komunikacijska zajednica time bi imale priliku angažirati ih ako za tim postoji potreba. HURA bi time preuzela inicijativu dijeljenja informacija za razmjenu znanja agencija članica, pazeći da ne uđemo u domenu ugrožavanja tržišne utakmice.

10) Novo istraživanje: Agencijske naknade zaposlenicima

Na red je došlo i istraživanje agencijskih naknada zaposlenicima: kreiran je brief istraživanja i u tijeku je prikupljanje ponuda te je plan u realizaciju krenuti u Q3/Q4. Namjera je da rezultati istraživanja budu dostupni agencijama koje budu sudjelovale u istraživanju. S dobavljačem bi bila dogovorena mogućnost doplate za dodatnu analizu unutar same agencije od strane konkretne agencije.