

ZAPISNIK 16. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 12. lipnja 2025., početak u 15:08, završetak u 16:14

Nazočni:

- | | | |
|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1. 404 | 18. Izone | 35. Pragma |
| 2. Advans Adria | 19. Kofein | 36. Pro media group |
| 3. Arbona | 20. Komunikacijski ured Colić, | 37. Publicis |
| 4. Ascanius Media | Laco i partneri | 38. Real grupa |
| 5. BBDO Zagreb | 21. Kontra | 39. RED agency |
| 6. Bruketa&Žinić&Grey | 22. KPR | 40. Rinzol |
| 7. CMG Digital | 23. Libra | 41. Sintagma media |
| 8. CTA komunikacije | 24. Luna&Točka | 42. Spotstudio |
| 9. CVOKE | 25. Manjgura | 43. Spring and shift |
| 10. Degordian | 26. Mater | 44. S.T.A.R. DIGITAL |
| 11. dentsu | 27. McCann Zagreb | 45. Studio Nexus |
| 12. DIVISION 4 VISION | 28. Millenium promocija | 46. Studio Sonda |
| 13. Fabula | 29. MMB Media Agentur | 47. Studio Tumpić/Prenc |
| 14. Fakat | 30. Morgan Grey | 48. Studio Šesnić & Turković |
| 15. Futura DDB | 31. Nivas | 49. UM Zagreb |
| 16. I to nije sve | 32. OMD | 50. Ured za ideje |
| 17. Imago Ogilvy | 33. Omega komunikacije | 51. WPP Media |
| | 34. Organizacija | 52. ZOO Agencija |

1. Utvrđivanje broja prisutnih

Skupštinu je otvorio predsjednik Skupštine Udruge HURA K. R. Prosoli, pozdravio je sve prisutne članove Udruge te izrazio zahvalnost na njihovu dolasku i aktivnom sudjelovanju u radu Skupštine. Utvrđeno je da su na početku sjednice bile prisutne 43 članice s pravom glasa, čime je ostvaren kvorum potreban za pravovaljano donošenje odluka u interesu svih članova Udruge. Tijekom izlaganja 3. i 4. točke pridružilo se još 9 članica, stoga je ukupan broj prisutnih članica bio 52.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

K. R. Prosoli pozvao je članove da predlože teme za točku dnevnog reda Razno, nakon čega je jednoglasno prihvaćen sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Pregled aktivnosti HURA-e
4. Pregled aktivnosti Odbora IAB Croatia
5. Financijski izvještaj 2024. godine
6. HURA dokumenti i procedure
 - I. Odluka o promociji aktivnosti članova na komunikacijskim kanalima HURA-e i IAB-a Croatia
 - II. Izbor za novog člana Povjerenstva za članstvo HURA-e
7. Članstvo
8. Razno

3. Pregled aktivnosti HURA-e

Izvršna direktorica Udruge HURA D. I. Ballon pozdravila je sve prisutne članove Udruge, zahvalila im na dolasku i aktivnom sudjelovanju te ih pozvala da nakon završetka službenog dijela Skupštine ostanu na Forumu, kao i neformalnom druženju, koji dodatno njeguju međusobnu suradnju, razmjenu znanja i jačanje zajedništva članstva. U nastavku je D. I. Ballon predstavila ključne točke koje su od izravne važnosti za rad Udruge i za kontinuirano unaprjeđenje profesionalnih interesa svih članica.

3. 1. Dani komunikacija

D. I. Ballon iznijela je izvještaj o organizaciji nacionalnog festivala Dani komunikacija, koji Udruga kontinuirano organizira na korist svojih članova i cjelokupne struke tržišnog komuniciranja. Ovogodišnje izdanje HURA-ina uspješnog festivala ocijenjeno je kao najopsežnije i najutjecajnije dosad, što potvrđuju ostvareni rezultati, koji impresivnim brojkama potvrđuju rast tržišta, struke i standarda. Kroz festival smo ostvarili suradnju s više od 130 partnera i sponzora, a zabilježeno je i više od 1100 medijskih objava, dok se program odvijao na čak osam festivalskih lokacija.

Posebno je istaknuto kako je ostvareni uspjeh rezultat predanog i profesionalnog rada tima Udruge HURA i IAB-a, ali i snažnog angažmana i podrške članica, koje kontinuirano prepoznaju vrijednost festivala i njegov doprinos razvoju struke i vlastitih poslovanja. D. I. Ballon naglasila je kako 70 posto prihoda festivala dolazi s tržišta, ponajprije od oglašivača, čime se potvrđuju tržišna održivost i financijska stabilnost projekta, dok preostalih 30 posto prihoda dolazi od članica Udruge. Budući da se poslovanje Udruge prvenstveno financira iz prihoda festivala, to znači da Udruga svoje prihode traži od tržišta, a ne od članica, a time se osigurava stabilno, odgovorno i dugoročno održivo financijsko poslovanje festivala na korist svih članica Udruge.

Također je navedeno kako je ove godine festival privukao i sudionike iz zemalja regije, među kojima 11 posto dolazi iz okolnih država, čime se dodatno potvrđuju međunarodna prepoznatljivost festivala i kvaliteta rada Udruge u interesu članova te jačanje upravo tržišta Hrvatske na karti regije.

Na sjednici je također istaknuto da su pristigle brojne pohvale za organizaciju festivala, što predstavlja zajednički uspjeh svih članica, tima Udruge i partnera.

3. 2. Edukacije za članove

D. I. Ballon izvijestila je članove o edukacijskim aktivnostima koje Udruga kontinuirano organizira s ciljem podizanja stručnih kompetencija svojih članica i unaprjeđenja tržišta u cjelini. U sklopu obrazovnih aktivnosti Udruga je provela program HOWtoWOW Modules, unutar kojeg se članicama omogućava sudjelovanje u visokokvalitetnim edukacijama iz područja tržišnog komuniciranja. Kroz ovaj program članovi Udruge imaju pristup relevantnim znanjima, vještinama i iskustvima vodećih međunarodnih stručnjaka, čime se neposredno doprinosi jačanju profesionalnih kapaciteta i konkurentnosti članica na tržištu.

Budući da je edukacija važna zadaća Udruge i važan faktor mnogim našim članicama, D. I. Ballon objasnila je kako članstvo u Udruzi HURA članicama omogućuje pristup brojnim besplatnim edukacijama i webinarima, čime se članovima osigurava dodatna vrijednost i kontinuirana prilika za stručno usavršavanje. Tijekom proteklog razdoblja bili su dostupni različiti edukacijski programi i stručni sadržaji koji su obuhvatili aktualne i relevantne teme iz područja tržišnih komunikacija, poslovnog razvoja, zakonodavnih promjena, tehnoloških inovacija i drugih područja ključnih za kvalitetan rad i razvoj članica.

3. 3. Nagrađujemo struku

D. I. Ballon izvijestila je članove o uspješno provedenim natjecanjima koja okupljaju i vrednuju najbolje u industriji tržišnih komunikacija, čime članice imaju priliku istaknuti svoja znanja, vještine i kreativna postignuća pred stručnim žirijima i relevantnom strukom.

U okviru natjecanja MIXX Awards Croatia predsjednica žirija N. F. Moguljak osvrnula se na ovogodišnju sezonu. Istaknula je kako je provedena s novim Organizacijskim odborom članova, uvedene su nove kategorije, dok su pojedine dosadašnje kategorije revidirane i uklonjene, a cijeli je proces usmjeren na dodatno podizanje kvalitativne ljestvice natjecanja. Naglašeno je da uvijek postoji prostor za unaprjeđenja, a jedan od ključnih ciljeva bio je dodatno educirati tržište, što je realizirano i provedbom edukacijskog programa IAB Discovery: The Month of MIXX u siječnju. Ove godine ostvaren je porast prijava od 35% u odnosu na prethodnu godinu.

Za natjecanje IdejaX rezultate je iznijela D. I. Ballon u ulozi članice Organizacijskog odbora te je objasnila da smo ove godine ostvarili izuzetan rezultat, koji je pokazatelj snažnog zamaha i razvoja tržišta, za koje je IdejaX bila izvrsna platforma s ukupno 201 prijavljenim projektom, visokom kvalitetom prijavljenih radova i potpunom revizijom kategorija, sistema i načina ocjenjivanja uz novi Organizacijski odbor. Ove je godine provedeno ukupno pet krugova žiriranja. Ujedno je pozvala sve zainteresirane članove da se prijave za članstvo u Organizacijskom odboru IdejeX jer je trenutno otvoren natječaj za prijave do 30. lipnja 2025. godine.

U sklopu natjecanja Effie Awards Croatia koordinatorica natjecanja HURA-e M. Bogdanić osvrnula se na provedbu ovogodišnjeg izdanja. Provedeno je u privremenom sastavu Organizacijskog odbora, a potpisan je novi ugovor s Effie Worldwideom, čime je obnovljena licenca i omogućeno daljnje provođenje natjecanja u skladu s međunarodnim standardima. Otvoren je natječaj za prijavu novih članova Organizacijskog odbora i ostvaren je porast prijava od 60% u odnosu na prošlu godinu, a dodijeljeno je i više nagrada nego prethodnih godina.

U izvještaju o natjecanju Young Lions Croatia M. Bogdanić istaknula je da je ove godine održan i warm-up event s ciljem približavanja i promocije natjecanja, a ovogodišnje je izdanje okupilo više od 100 natjecatelja koji su se natjecali u prostoru ZICER-a. Najavljeno je da će pobjednici natjecanja Ana Csik i Mate Šola predstavljati Hrvatsku na međunarodnom izdanju u Cannesu i u ime svih prisutnih poželjela im je sretan put i odlično iskustvo.

Za natjecanje BalCannes izvještaj je podnijela A. Buljan Šiber. Naglasila je važan doprinos stručnog savjeta i stručnjaka iz regije koji uz Organizacijski odbor najviše brinu oko razvoja ovog regionalnog projekta. Jedna od novosti bila je nova skupina kategorija Design Mosaic, koja ističe najbolja i najinovativnija dizajnerska rješenja u oglašavanju, te nova kategorija Entertainment za područje zabavne industrije. Žiri BalCannesa ove je godine okupio 45 članova iz zemalja regije, provedena su četiri kruga žiriranja, a na natjecanje je bio prijavljen rekordni 201 projekt. D. I. Ballon izvijestila je članove da su u tijeku razgovori o budućem partnerstvu BalCannesa s Cannesom, što bi bio velik i važan uspjeh.

Uputila je zahvalnost svim članicama koje su svojim angažmanom sudjelovale u organizaciji i provedbi ovih projekata.

3. 4. Okupljamo članove

D. I. Ballon izvijestila je članove o aktivnostima Udruge usmjerenima na okupljanje članova, jačanje međusobnih profesionalnih veza i suradnje kroz neformalne i stručne susrete. Istaknula je da je tradicionalni HURA-in party prošle godine prvi put održan u ljetnom izdanju, koje je naišlo na odličan odaziv i pozitivne reakcije članova. Najavljeno je da će i ove godine party ponovno biti organiziran u ljetnom terminu, krajem kolovoza. Također je najavljen i novi CEO event, koji će biti organiziran nakon što se definiraju lokacija i termin održavanja. D. I. Ballon naglasila je kako su dosadašnja okupljanja potvrdila potrebu za većim brojem sličnih susreta, koji članicama omogućuju ne samo networking već i dodatne edukacijske i razvojne sadržaje prilagođene C-level razini.

3. 5. Suradnja s akademskom zajednicom

Predstavili smo aktivnosti Udruge usmjerene na suradnju s akademskom zajednicom i doprinos razvoju visokog obrazovanja u području tržišnih komunikacija. Naglasili smo da Udruga kontinuirano organizira inicijative u tom području, pri čemu se članice aktivno uključuju u različite projekte od značaja za obrazovanje budućih stručnjaka. Posebno je istaknuta suradnja na izradi udžbenika *Marketinška komunikacija*, koji predstavlja prvi akademski udžbenik iz ovog područja objavljen na hrvatskom tržištu nakon više od dvadeset godina. Mnogi članovi Udruge dali su svoj doprinos sudjelovanjem u studijama slučaja i intervjuima koji su uvršteni u udžbenik, čime su znanja i

iskustva iz prakse prenesena izravno u obrazovni proces. Promocija i predstavljanje udžbenika planirani su za kraj ljeta. Dodatno, istaknuto je da Udruga njeguje suradnju sa studentima i kroz druge projekte, među kojima se posebno izdvaja festival Dani komunikacija, na kojem su se ove godine studenti ponovno uključili u nešto većem broju, čime se nastavlja izgradnja mosta između akademske zajednice i struke na korist članica i razvoja tržišta te podizanje atraktivnosti struke među mladima.

3. 6. Istraživanja i analize tržišta u ključnim temama

Aktivnosti Udruge na području istraživanja i analize tržišta kontinuirano se provode s ciljem osiguravanja aktualnih i pouzdanih podataka važnih za rad i razvoj članica, ali i za oblikovanje inicijativa u interesu cijele struke. Istaknuto je kako su brojna provedena istraživanja bila usmjerena upravo na prikupljanje mišljenja i relevantnih statističkih pokazatelja koji dolaze izravno iz redova članova Udruge, čime se osigurava realan i vjerodostojan uvid u stanje na tržištu. Tijekom proteklog razdoblja provedena su istraživanja vezana uz praksu provođenja natječaja, aktualna pitanja vezana uz razvoj Web3 tehnologija, stanje na području Online Media AdEx-a, dopuna istraživanju agencijskih prihoda, kao i istraživanje percepcije struke, koje je realizirano u suradnji s agencijom Ipsos. Ovi rezultati predstavljaju vrijedan temelj za daljnje strateško djelovanje i inicijative Udruge usmjerene na unaprjeđenje uvjeta poslovanja članica.

3. 7. Provođenje individualnih intervjuja s članicama

D. I. Ballon osvrnula se na važnost aktivnog slušanja članova Udruge te kontinuiranog uvažavanja prijedloga, mišljenja i potreba koji dolaze iz redova članica. Naglasila je da, s obzirom na sve veći broj članica, Udruga posebnu pažnju posvećuje otvorenoj komunikaciji i stalnim konzultacijama s ciljem da rad Udruge bude što produktivniji i usmjeren na konkretne koristi za članove.

J. Fiškuš, predsjednica Udruge HURA, dodatno je pojasnila provedene aktivnosti. Podsjetila je da je tijekom prošle godine, nakon prethodno provedenog istraživanja Ipsosa, Udruga donijela odluku da se dodatno i osobno kroz izravne razgovore Uprave s članicama saslušaju potrebe i očekivanja članova. U okviru ove aktivnosti dosad je odrađeno većina planiranih individualnih razgovora s direktorima članica, dok će preostali dio biti realiziran u najskorijem razdoblju. U dosadašnjim razgovorima članice su u velikoj većini izrazile zadovoljstvo radom Udruge, pri čemu je posebno istaknuta važnost edukacijskih programa i festivala Dani komunikacija.

Kao ključna tema koja se dodatno otvarala tijekom razgovora naglašena je potreba za daljnjim unaprjeđenjem praksi vezanih uz natječaje i pitch procese, gdje postoji prostor za edukaciju i unapređenje standarda. Također je istaknuta

važnost kontinuiranog jačanja uloge HURA-e u području regulative i zastupanja interesa članica. Treće područje odnosi se na daljnji razvoj i reformu natjecanja, gdje je već ostvaren značajan iskorak kroz proširenje broja članova uključenih u rad odbora i kroz uvođenje novih kategorija. Ponosno je istaknuto kako je velik dio predloženih aktivnosti realiziran, a dobar dio u realizaciji.

J. Fiškuš dodatno je naglasila kako je cilj Udruge da u svim segmentima rada ne postoji razlika između većih i manjih članica, već da svi članovi imaju jednake prilike za uključivanje i participaciju u radu Udruge. Pozvala je članice da aktivno dijele informacije, šalju vijesti o svojim aktivnostima, priključe se radu odbora i prijavljuju na natjecanja.

3. 8. Pružanje platforme za dijeljenje vijesti članica

Osvrnuli smo se i na važnost kontinuirane komunikacije aktivnosti članova kroz različite kanale Udruge, čime se dodatno promiču postignuća, projekti i uspjesi članica unutar struke i šire javnosti. Tom je prilikom prozvan komunikacijski tim Udruge, koji je zaslužan za kvalitetno praćenje i pravovremeno komuniciranje informacija o radu članica. Svi članovi pozvani su da i nadalje aktivno dostavljaju vijesti, informacije i uspjehe svojih agencija kako bi Udruga i dalje mogla pružati prostor za vidljivost rada svojih članova i na taj način dodatno promovirati cjelokupnu struku tržišnih komunikacija.

3. 9. Dokumenti i procedure

Budući da je izrada i revizija internih akata i dokumenata Udruge još u tijeku, članovima su prezentirani tijek i dinamika procesa izrade i revizije, kojima se osigurava usklađenost i učinkovitost rada svih tijela Udruge u interesu članica. Cjelokupni proces podijeljen je u tri faze, a već su realizirani značajni koraci. U prvoj fazi izrađeni su novi poslovnici i donesene pripadajuće odluke, druga faza obuhvatila je reviziju pravilnika natjecanja i žirija, dok treća faza upravo slijedi i bit će realizirana u nadolazećem razdoblju. U trećoj će se fazi provesti revizija temeljnih dokumenata Udruge, uključujući Statut, poslovničke pojedinih tijela, kriterije za članstvo, izjavu o ispunjavanju kriterija te Kodeks oglašavanja i tržišnog komuniciranja.

3. 10. Razvoj tržišta kao prioritetna tema

D. I. Ballon osvrnula se na prioritetne teme definirane tijekom održanih konzultacija s članicama, pri čemu su kao ključna područja istaknuti natječaji, edukacija klijenata i pozicioniranje Udruge u segmentu zastupanja interesa

članica. U tom je kontekstu predstavila članove **Radne skupine za natječaje i edukaciju klijenata** te pozvala R. Ilak da predstavi rad i aktivnosti skupine.

R. Ilak istaknula je kako je radna skupina preuzela zadatak daljnjeg unapređenja praksi vezanih uz natječaje, s obzirom na činjenicu da, unatoč ranije definiranim smjernicama HURA-e, dio tržišta još uvijek nije u potpunosti upoznat s njima ili ih ne primjenjuje u željenom obujmu. Iz tog razloga odlučeno je ažurirati postojeće smjernice te izraditi pregledan sažetak u obliku one-pagera, koji će članicama i tržištu omogućiti lakše snalaženje i primjenu preporuka. Tijekom proteklog razdoblja provedeno je istraživanje među članicama, čiji su rezultati korišteni i kao podloga za panele na Danima komunikacija. Istraživanje je obuhvatilo pitanja o broju sudjelovanja na natječajima, stupnju usklađenosti provedbe natječaja sa smjernicama Udruge te procjenu uloženi resursa i troškova u pripremu natječajnih prijedloga. R. Ilak zahvalila je svim članicama na sudjelovanju u istraživanju i panelima, istaknuvši važnost edukacije tržišta kao sljedećeg ključnog koraka, s ciljem promicanja kvalitetnijih i održivijih natječajnih praksi. Članice su dodatno pozvane da preuzmu i detaljno se upoznaju sa smjernicama koje su im dostupne, a sve daljnje aktivnosti radne skupine bit će usmjerene na edukaciju tržišta i provedbu novih edukativnih sadržaja u narednim mjesecima.

Radna skupina za jačanje značaja i utjecaja članica HURA-e formirana je s ciljem snažnijeg pozicioniranja struke i prepoznavanja vrijednosti agencijskog rada među donositeljima odluka i u relevantnim regulatornim okvirima. U nastavku je riječ preuzela A. Vranješ, pojasnivši kako skupina kroz objedinjavanje znanja, iskustva i glasova struke želi osigurati jasnu i vidljivu poziciju agencija na tržištu, pri čemu naglasak nije na samopromociji, već na sustavnom osvještavanju o važnosti i doprinosu struke. Dosad su mapirani ključni izazovi, analizirana je percepcija struke iznutra i izvana te su provedene konzultacije s članicama radi utvrđivanja komunikacijskih prioriteta. U planu je razvoj konkretnih poruka o vrijednosti agencijskog rada, priprema alata za svakodnevnu upotrebu članica i dugoročna komunikacija prema tržištu. Kao posebno izazovno područje istaknuto je i uključivanje u aktualne rasprave vezane uz sustav javne nabave.

3. II. Angažman članova u radu Udruge

D. I. Ballon izrazila je posebnu zahvalnost i pohvalila članove Udruge na visokoj razini angažmana u radu i inicijativama HURA-e. Istaknula je da u ovom trenutku čak 60% članica izravno sudjeluje u radu tijela Udruge, Odbora IAB Croatia, radnih skupina, organizacijskih odbora, a brojka je još veća kada se uzmu u obzir žiriji i druge aktivnosti, čime svi zajedno aktivno oblikuju razvoj struke i doprinose zajedničkim ciljevima.

4. Pregled aktivnosti odbora IAB Croatia

D. I. Ballon predstavila je rad IAB-a Croatia, čiji rad u velikoj mjeri vode radne skupine, kojih je trenutno aktivno deset: Privatnost i zaštita podataka na internetu, Pažnja u digitalnom marketingu, (Samo)regulacija, Online Media AdEx, Umjetna inteligencija u digitalnom marketingu, DOOH, MIXX organizacijski odbor, Research hub, Predictions & Trends te Web3. Svaka radna skupina okuplja stručnjake iz različitih članica i usmjerena je na specifična područja digitalnog tržišta, pri čemu članovi analiziraju aktualne izazove, izrađuju preporuke i oblikuju smjernice za rad cijele industrije.

U proteklih šest mjeseci posebno se istaknuo projekt IAB Discovery – edukativni format koji je u svakom svojem izdanju bio iznimno uspješan. Svakog mjeseca obrađuju se pojedinačne aktualne teme: studeni je bio posvećen pažnji, siječanj MIXX-u, veljača digital leadershipu, ožujak DOOH-u, travanj AdEx-u, svibanj je bio rezerviran za IAB aktivnosti na Danima komunikacija, dok je lipanj posvećen temi umjetne inteligencije. Uz edukativne materijale i panele koji prate svaki tematski mjesec, članice su aktivno uključene i u organizaciju i moderiranje događanja, a novo izdanje održava se 16. lipnja u Uraniji. Uz edukacije, veliki naglasak stavljen je i na daljnju standardizaciju tržišta. Donesene su smjernice za primjenu umjetne inteligencije u digitalnom marketingu, smjernice za influencer marketing, kao i podaci iz istraživanja IAB Croatia Online Media Advertising Expenditure te IAB Europe Online Media Advertising Expenditure. Time se hrvatsko tržište dodatno usklađuje s najvišim međunarodnim standardima i prati globalne smjerove razvoja digitalne industrije.

U proteklom razdoblju posebno smo nastavili razvijati internu zajednicu kroz jačanje povezivanja članova i komunikaciju. Godišnje okupljanje članova ponovno je bilo prilika da se na jednom mjestu susretnu predstavnici svih članova, razmijene iskustva i znanja te zajedno otvori prostor za diskusije o tržišnim trendovima i daljnjem razvoju struke. Uz ovakva okupljanja, iznimno nam je važno kontinuirano pružati prostor za međusobno povezivanje, zajedničko promišljanje o izazovima industrije i osigurati platformu kroz koju članovi mogu aktivno sudjelovati u radu Udruge. Nadalje, D. I. Ballon istaknula je da je u segmentu komunikacije dodatno ojačana prisutnost redovitim objavljivanjem vijesti o članovima, organizacijom edukativnih webinar, aktivacijom novih komunikacijskih kanala i održavanjem panela na konferencijama. Poseban iskorak napravljen je i kroz novu web-stranicu koja na jednom mjestu okuplja sve relevantne informacije, čineći rad IAB-a Croatia transparentnijim i dostupnijim za sve članove i širu javnost. Time nastavljamo graditi prepoznatljivu i snažnu zajednicu koja članovima omogućuje kontinuirano usavršavanje i aktivno uključivanje u sve aktivnosti struke.

5. Financijski izvještaj

Predstavili smo financijsko izvješće za 2024. godinu. Ukupni prihodi ostvareni su u iznosu od 1.021.367,54 eura, dok su rashodi iznosili 1.012.591,59 eura. Na kraju godine ostvaren je višak prihoda u iznosu od 8.775,95 eura, što potvrđuje plansko upravljanje financijama i ravnotežu između prihoda i ulaganja u aktivnosti Udruge.

Od ukupnog viška, profitni dio iznosi 5.179,72 eura, pri čemu zbog prenesenog poreznog gubitka iz 2020. godine nije bilo obveze plaćanja poreza na dobit. Knjigovodstvo Udruge vodi se odvojeno za profitni i neprofitni segment, pri čemu se oporezuje samo profitna komponenta poslovanja. Nakon prezentacije D. I. Ballon pozvala je nazočne članove na glasovanje o prihvatanju predstavljenih materijala.

Financijsko izvješće za 2024. godinu jednoglasno je prihvaćeno s ukupno 52 glasa za.

6. HURA-ini dokumenti i procedure

D. I. Ballon predstavila je **Odluku o promociji aktivnosti članova na komunikacijskim kanalima HURA-e i IAB-a Croatia**. Pojasnila je da je prijedlog Odluke prošao propisanu internu proceduru: od izrade prijedloga unutar HURA-ina tima, pregleda i konačnog prijedloga Upravnog odbora, pravne provjere odvjetnice, zatim javnog uvida za sve članove u trajanju od 14 dana, pa sve do konačnog usuglašavanja i upućivanja na glasovanje Skupštini. Nakon kratkog obrazloženja pozvala je prisutne članove da se izjasne o Odluci, koja je potom jednoglasno usvojena s 52 glasa za.

Nakon usvajanja prethodne Odluke pristupilo se postupku izbora **novog člana Povjerenstva za članstvo HURA-e**. Prije samog glasanja članovi Skupštine jednoglasno su ovlastili Izbornu komisiju u sastavu: A. Buljan Šiber, D. Bračić i I. Delalić. Za upražnjeno mjesto kandidirala se A. M. Malić, a kandidaturu je prisutnima predstavio K. R. Prosoli, istaknuvši profesionalne reference kandidatkinje. Nakon predstavljanja provedeno je glasanje u kojem je kandidatkinja s 51 glasom za i 1 glasom protiv izabrana za novu članicu Povjerenstva za članstvo HURA-e.

7. Članstvo

K. R. Prosoli pozvao je V. Preselja, člana Odbora za članstvo, da predstavi izvještaj Odbora za članstvo. Istaknuto je da je od posljednje Skupštine zaprimljena jedna nova prijava za članstvo u HURA-i. Odbor je pregledao prijavu agencije

hura!

Laconiq, utvrdio da agencija zadovoljava sve propisane kriterije za punopravno članstvo i dao preporuku da se ona primi u članstvo. Prezentacija agencije prethodno je bila dostupna svim članovima na uvid. Prijedlog o prijemu agencije Laconiq u punopravno članstvo HURA-e jednoglasno je prihvaćen s 52 glasa za.

Također je izviješteno da su dvije agencije, Pepermint i Younited, podnijele zahtjev za istupanjem iz članstva. Skupština je jednoglasno potvrdila njihove zahtjeve za izlazak iz članstva.

Nadalje, Odbor za članstvo izvijestio je da je članica Video Media d.o.o. prenijela svoje agencijsko poslovanje na novi pravni subjekt Morgan Grey d.o.o.. Sukladno tome, Odbor je dao preporuku da umjesto dosadašnjeg subjekta Video Media d.o.o. član HURA-e postane novi subjekt Morgan Grey d.o.o.. Skupština je prijedlog jednoglasno prihvatila s 52 glasa za.

U ime Skupštine K. R. Prosoli zahvalio je svima na sudjelovanju, naglasio veliki uspjeh HURA-e i svih njezinih članica te je u 16:14 sati zaključena 16. Skupština Udruge HURA.

Zapisnik sastavila: Katarina Osmak, Communications Coordinator