

ZAPISNIK 17. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 13. studenog 2025., početak u 15:23, završetak u 16:35

Nazočni:

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

1. Utvrđivanje broja prisutnih

XVII. Skupština Udruge HURA započela je pozdravom i dobrodošlicom članicama, uz službeno vođenje sjednice od strane potpredsjednika Skupštine, D. Bračića. U uvodnom dijelu glavno izlaganje imala je izvršna direktorica HURA-e, D. I. Ballon, koja je, u ime Udruge, zahvalila članicama na odazivu te na kontinuiranoj podršci radu Udruge i svim aktivnostima koje se provode u interesu članstva.

D. Bračić je potom preuzeo riječ, pozdravio članice u novoj ulozi potpredsjednika Skupštine i predstavio agendu Skupštine, nadovezujući se na istaknuti značaj zajedništva i aktivnog sudjelovanja članica u radu Udruge. Naglasio je da se sve programske i zagovaračke aktivnosti HURA-e planiraju i provode s ciljem unaprijeđenja uvjeta rada i stvaranja dodane vrijednosti za članice te je ukratko prošao kroz dnevni red Skupštine, s naglaskom na ključne točke važne za daljnji razvoj Udruge i jačanje suradnje s članicama.

U ime Udruge, pozdravnim govorom obratila se i predsjednica HURA-e, J. Fiškuš, koja je zahvalila članicama na njihovoj predanosti, angažmanu i zajedničkoj energiji koji su omogućili da Udruga ostvari ovako uspješnu godinu. Istaknula je da je snaga HURA-e upravo u njezinim članicama te u stalnoj spremnosti zajednice da dijeli znanje, surađuje i potiče jedni druge na napredak. Naglasila je kako je vidljivo da svaki iskorak Udruge dolazi iz zajedničkog rada i visokih profesionalnih standarda koje članice svakodnevno žive, te poručila da će HURA i dalje biti oslonac, platforma i pokretač struke zahvaljujući njihovoj kontinuiranoj podršci i sudjelovanju.

Prva točka dnevnog reda bila je utvrđivanje broja prisutnih članica. Utvrđeno je da je sjednici u trenutku otvaranja nazočila 51 članica s pravom glasa, čime je ostvaren kvorum za pravovaljano odlučivanje. Tijekom izlaganja treće točke dnevnog reda pridružila se još jedna članica, pa je ukupan broj prisutnih članica iznosio 52.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

D. Bračić predstavio je agendu koja je prethodno najavljena mailom u pozivu na Skupštinu. Svi članovi pozvani su da predlože teme za točku dnevnog reda Razno, no prijedloga nije bilo. Nakon toga jednoglasno je prihvaćen sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Godišnji izvještaj o radu:
 - 3.1. Poslovni izvještaj, aktivnosti i planovi
 - 3.2. Financijski izvještaj
 - 3.3. Pregled statusa članskih inicijativa unutar HURA-e
4. Članstvo:

- 4.1. Glasovanje o prijavama za članstvo u HURA-i agencija
Narativ komunikacije, Studio Sudar i dr.

5. Razno

3. Godišnji izvještaj o radu

D. I. Ballon otvorila je godišnji izvještaj pohvaljujući ključnu ulogu zajedničkog rada članova i profesionalnog tima HURA-e u ostvarivanju značajnih pomaka za Udrugu te industriju tržišnih komunikacija u cjelini.

Pregled ključnih rezultata i ostvarenja u 2025.

D. I. Ballon predstavila je pregled ključnih aktivnosti Udruge tijekom protekle godine, a naglasila je, na temelju prikaza rezultata i ostvarenja kroz izdvojene brojke, kako je intenzitet rada, širina programskih sadržaja te uključenost članstva dosegla najvišu razinu do sada.

Tom je prilikom istaknuto da je protekla godina bila najaktivnija u povijesti Udruge, što potvrđuje impresivan obujam realiziranih aktivnosti i sudjelovanja članica. Ostvareno je više od 15 organiziranih evenata i edukacija, 100 programskih sadržaja kroz godinu te 15 žiriranja, koji su okupili čak 125 članova žirija i zaprimili 730 prijava na strukovna natjecanja. Digitalni kanali zabilježili su iznimnu aktivnost uz više od 2500 objava na društvenim mrežama, 67 newslettera, 40 obavijesti članovima, stalnu aktivaciju kroz 20+ komunikacijskih kanala te značajan rast od 7000 novih pratitelja.

Vidljivost Udruge u javnosti dodatno potvrđuje 1189 objava u medijima, a prepoznatljivost članica ojačana je kroz 153 objavljene vijesti članova na HURA-inim platformama. U području sudjelovanja i angažmana članstva zabilježeni su deseci individualnih razgovora s članicama, održane su dvije skupštine članova, a čak 36 agencija tj. 60% ukupnog broja agencija članica aktivno sudjeluje u radu Udruge kroz brojne odbore, radne skupine i žirije.

Izrađeno je 10 legislativnih izvještaja, provedena su 3 istraživanja, usvojeno više od 20 pravilnika i procedura, dobili smo 1 novi ICC kodeks, razvijano je i koordinirano djelovanje kroz 9 radnih skupina i odbora, uz čak 52 člana HURA-e aktivno uključena u različite inicijative. Suradnja s tržištem i partnerima također je dosegla najvišu razinu dosad, što potvrđuje brojka od više od 150 partnera i sponzora. Godina je zaokružena i zajedničkim okupljanjima, među kojima se ističe godišnji party, a HURA je nastavila jačati svoj festival kroz organizaciju trodnevnog programa i pet strukovnih natjecanja.

Ukupno ovi rezultati potvrđuju snažan zamah HURA-e u gotovo svim segmentima djelovanja, od komunikacije, edukacije, istraživanja i institucionalnog rada do razvoja struke, standardizacije procesa i aktivnog uključivanja članica u oblikovanje budućnosti industrije.

D. I. Ballon zahvalila je svim članovima Uprave, kao i svim članicama HURA-e koje su svojim sudjelovanjem, suradnjom i doprinosom omogućile ovako značajan iskorak u djelovanju Udruge. Naglasila je da su ostvareni rezultati potvrda zajedničkog truda i predanosti te da Udruga sve aktivnosti planira i provodi u najboljem interesu svojih članica, s ciljem jačanja struke, poticanja unaprjeđenja tržišta komunikacija u Hrvatskoj.

Strateški planovi i prioriteti za 2026. godinu

U nastavku izlaganja, D. I. Ballon predstavila je strateške planove HURA-e za 2026. godinu, naglasivši da su svi naponi Udruge usmjereni na stvaranje snažnijeg, uređenijeg i konkurentnijeg tržišta koje izravno donosi koristi članicama. Istaknula je da će se u nadolazećem razdoblju dodatno graditi tržište „koje vrijedi više“, kroz inicijative, standarde i suradnje koje podižu profesionalne kriterije, ojačavaju vrijednost agencijskog rada i unapređuju poslovne uvjete za sve članice. Posebno je naglasila važnost kontinuiranog rada na vidljivosti i prepoznatljivosti agencijskog doprinosa gospodarstvu, kako unutar struke, tako i u široj poslovnoj zajednici.

Tom je prigodom istaknuto da HURA nastavlja snažno raditi na jačanju stvarne poslovne vrijednosti agencija, rješavanju ključnih izazova industrije te redefiniranju percepcije vrijednosti komunikacijskog rada. Naglašeno je da se znanje i stručnost promatraju kao ključni resursi za konkurentnost članica, zbog čega će HURA u 2026. dodatno ulagati u razvoj edukacija, istraživanja i zajedničkih inicijativa koje članicama omogućuju donošenje boljih poslovnih odluka, inoviranje usluga i stabilniji rast.

D. I. Ballon istaknula je da je HURA danas izrasla u najutjecajniju organizaciju u domaćoj i regionalnoj komunikacijskoj industriji, što članicama donosi jaču poziciju na tržištu i olakšava pristup prilikama koje oblikuju razvoj industrije. Prema informacijama članica i tržišnim pokazateljima, sve više međunarodnih brendova bira suradnju s hrvatskim agencijama, regionalni se uredi centraliziraju u Hrvatskoj, a domaći stručnjaci pozivaju se na strukovna događanja i međunarodne žirije. Ti trendovi potvrđuju rast izvoza, zapošljavanja i ukupnog poslovanja agencija, ali i važnu ulogu HURA-e kao pokretača i koordinatora mnogih procesa.

U okviru segmenta Intelligence & Influence naglašeno je da će HURA nastaviti provoditi različita istraživanja, organizirati edukacije i pokretati zajedničke projekte koji članicama donose aktualne uvide, podatke i analize. Cilj je, kako je istaknula D. I. Ballon, stvaranje „pametnije industrije“ – one koja mjeri, analizira, dijeli znanje i temelji poslovne odluke na relevantnim informacijama. Time se članicama osigurava jasna konkurentska prednost, a cijelo tržište postaje transparentnije, profesionalnije i učinkovitije.

Posebno je istaknuta važnost institucionalnog djelovanja HURA-e. Udruga i njezine članice sudjeluju u izradi i komentiranju zakona i podzakonskih akata, uključujući regulaciju medija, javne nabave i drugih područja ključnih za komunikacijsku industriju. HURA samostalno pokreće inicijative poput samoregulacije influencer marketinga te pripreme preporuka za izbor agencije i drugih smjernica koje oblikuju jasnije, pravednije i predvidljivije okruženje za

rad članica. Ovakvim djelovanjem Udruga pridonosi dugoročnoj stabilnosti tržišta, što je od izravne važnosti za poslovanje agencija članica.

U planovima za 2026. naglašen je razvoj društveno odgovorne kreativne industrije. Istaknuto je da HURA ne promatra komunikacije samo kao industriju oglasa, već kao industriju ideja koje mogu pozitivno utjecati na društvo. Udruga potiče projekte sa stvarnim društvenim učinkom, kroz svoje programe i nagrade ističe odgovorne prakse te komunicira struku kao važnog partnera u vođenju pozitivnih promjena i poticanju rasta gospodarstva. Na taj način HURA, zajedno sa svojim članicama, podiže standarde odgovorne i održive kreativne industrije.

Edukacije, modernizacija i razvoj industrije

D. I. Ballon posebno je naglasila važnost ulaganja u nove generacije stručnjaka. Kroz suizdavanje sveučilišnog marketinškog udžbenika, podršku studentskim konferencijama i natjecanjima poput Young Lions Croatia, HURA radi na tome da industrija ostane relevantna, inspirativna i otvorena mladim talentima. Time se, kako je istaknuto, osigurava kontinuitet znanja i svježina perspektiva koje su nužne za daljnji razvoj tržišta.

Kao ključni alat za provedbu navedenih planova dodatno je predstavljen razvoj HURA Intelligence Huba, koji će objединiti sve edukacijske i razvojne programe – od C-level programa do specijaliziranih stručnih radionica i podataka. Cilj je sustavno podizati razinu znanja agencija članica i cijele industrije, stvarati platformu za razmjenu iskustava te pružiti podršku članicama u suočavanju s novim trendovima i izazovima.

Naglašeno je da su sve planirane aktivnosti, inicijative i projekti za 2026. godinu usmjereni na jačanje članica i dobrobit tržišta u cjelini. HURA, kao udruga koja postoji zbog svojih članica i djeluje u njihovu korist, nastavit će postavljati smjer, standarde i tempo razvoja industrije te biti ključan oslonac članicama u ostvarivanju njihovih poslovnih ciljeva i daljnjem unapređenju komunikacijske struke.

D. I. Ballon predstavila je i niz konkretnih inicijativa koje će se u 2026. godini dodatno razvijati na dobrobit članica, uz naglasak na jačanje kvalitete, dostupnosti znanja i ukupne profesionalizacije tržišta. Istaknula je važnost širenja edukacijskih programa te najavila potpuno besplatne serije stručnih edukacija za sve članice HURA-e, koje bi krenule već početkom godine. Ove edukacije, kako je naglasila, predstavljaju izravno ulaganje Udruge u kompetencije i rast članica, a time i u razvoj cijelog tržišta.

Nadalje, obrazložila je planove za modernizaciju temeljnih dokumenata i procesa Udruge, uključujući reviziju poslovnika, a možda i reviziju statuta, te procedura izbora i upravljanja. Ove promjene provodit će se kako bi se osiguralo transparentno, suvremeno i odgovorno funkcioniranje Udruge, uz jasne i jednake prilike za uključivanje svih članova. Rast HURA-e zahtijeva snažnije temelje, a modernizacija pravnog i organizacijskog okvira ključna je za daljnje profesionalno djelovanje Udruge.

Poseban naglasak stavljen je na jačanje Dana komunikacija – najvažnijeg projekta HURA-e koji će 2026. postati još veći, relevantniji i utjecajniji. Fokus će biti na sadržaju koji unapređuje tržište, podiže standarde struke i snažno utječe na percepciju industrije. Kako je istaknuto, cilj je da Dani komunikacija ostanu središnje mjesto okupljanja industrije te platforma koja oblikuje smjer razvoja struke u Hrvatskoj i regiji.

D. I. Ballon istaknula je i važnost kontinuirane promocije uspjeha članica. Na komunikacijskim kanalima HURA-e nastaviti će se intenzivno dijeliti novosti i uspjesi agencija članica, uz dodatni razvoj platforme Member Spotlight koja ističe postignuća agencija i ljudi iza njih. Ova inicijativa izravno pridonosi vidljivosti članica te jačanju reputacije hrvatske kreativne industrije. Uz navedeno, prepoznata je potreba za osvježavanjem digitalne prisutnosti Udruge. Najavljena je modernizacija web-stranice, s jasnijim, informativnijim i relevantnijim sadržajem, koji će članovima pružiti kvalitetniji uvid u resurse, informacije i inspiraciju. Cilj je osigurati digitalni prostor koji bolje odražava snagu i širinu aktivnosti Udruge. Također su svi članovi ponovno pozvani da dijele sve svoje vijesti o projektima na kojima rade, pojačanjima u timu, oglasima za posao i slično.

D. I. Ballon naglasila je i nužnost fokusa na teme koje najviše opterećuju tržište – pitch procese, smjernice, standarde, promociju odgovorne prakse te rješavanje izazova koji određuju budućnost industrije. Istaknula je da će se HURA nastaviti baviti sustavnim rješavanjem tih pitanja, uz aktivno uključivanje članica i rad kroz radne skupine i odbore.

Članovima je predstavljen pregled velikih ciljeva i razvojnih pravaca za 2026. godinu, uz naglasak da će sva djelovanja HURA-e biti usmjerena prema stvaranju tržišta koje vrijedi više – tržišta koje poštuje stručnost, potiče fer prakse, vrednuje kvalitetu rada te omogućuje održivi rast agencijama i industriji u cjelini. D. I. Ballon naglasila je da HURA postoji radi svojih članica i da sve aktivnosti, programi i inicijative imaju jedan cilj: osnažiti članice, unaprijediti tržište i osigurati dugoročnu snagu, stabilnost i prepoznatljivost hrvatske komunikacijske industrije.

Radne skupine i natjecanja: ključni projekti za struku

U nastavku izlaganja, D. I. Ballon pozvala je L. Dubokovića da predstavi aktivnosti Radne skupine za natječe i edukaciju klijenata. L. Duboković izvijestio je članice o intenzivnom radu skupine tijekom proteklih mjeseci, istaknuvši da je situacija na domaćem tržištu u području pitcheva i odabira agencija trenutačno prilično zadovoljavajuća, osobito u usporedbi s primjerima iz drugih zemalja, uključujući Austriju. Naglasio je kako je radna skupina radila na prilagodbi globalnih Smjernica za odabir agencija hrvatskom tržištu, te da su pripremljene smjernice, skraćene verzije dokumenata i FAQ materijali koji će uskoro biti javno objavljeni, uz isticanje važnosti edukacije klijenata i podizanja standarda u procesu odabira agencija. Također je istaknuo kako su članovi skupine kontinuirano sudjelovali na panelima i stručnim događanjima kako bi temu dodatno približili struci i tržištu.

Aktivnosti Radne skupine za jačanje značaja i utjecaja predstavio je T. Presečki. Izvijestio je o radu usmjerenom na pozicioniranje komunikacijske industrije kao relevantnog dionika u procesima javne nabave te o sudjelovanju u panelima, javnim savjetovanjima i inicijativama koje se odnose na izmjene zakonodavnog okvira. Posebno je istaknuo suradnju s konzultanticom za EU fondove za potrebe pripreme edukacija namijenjenih donositeljima odluka u državnim institucijama, naglašavajući da će skupina i dalje razvijati edukativne materijale i raditi na osnaživanju struke i njezina glasa u institucionalnim procesima.

D. Dretvić predstavila je rad Organizacijskog odbora Effie Awards Croatia, koji je ove godine, sukladno Poslovniku, formiran u novom sastavu, te izvijestila da je naglasak bio na dodavanju novih relevantnih kategorija, doradi opisa postojećih kategorija, popularizaciji natjecanja i odabiru stručnog žirija. Najavila je službeni početak ciklusa početkom prosinca.

A. Buljan Šiber izvijestila je da je natjecanje BalCannes otvoreno za prijave, uz proširene skupine i kategorije, uključujući područja pozitivnih promjena i novu nagradu Impact Prix. Predstavila je kvalifikacijski i prijavni period te naglasila važnost BalCannesa kao regionalne platforme za kreativnost.

O natjecanju IdejaX 2026 izvijestio je A. Kekić koji je naglasio da je, nakon prošlogodišnjeg velikog restrukturiranja, glavni fokus ove godine bio na daljnjoj doradi pravilnika i kategorija te otvaranju tema koje prate recentne trendove u industriji. Najavio je početak natjecanja sredinom prosinca.

Sljedeće izlaganje održao je N. Grbačić, koji je predstavio MIXX Awards Croatia 2026. N. Grbačić izvijestio je o radu Odbora na proširivanju ponude kategorija, uvođenju novih modela edukacije te odabiru žirija, uz najavu početka ciklusa krajem studenog. Naglasio je kako MIXX ostaje ključno nacionalno natjecanje za digitalnu tržišnu komunikaciju i podizanje standarda digitalnog oglašavanja.

Na kraju ovog segmenta H. Fuker je predstavila natjecanje Young Lions 2026. Naglasila je da se iduće godine obilježava deset godina Young Lions natjecanja u Hrvatskoj, koje je od svog prvog izdanja ostvarilo rast veći od 200 %. Izvijestila je da natjecanje danas okuplja više od sto sudionika i redovito dobiva izvrsne povratne informacije, te da su mnogi dosadašnji sudionici danas istaknuta lica industrije. Young Lions program time postaje ključna platforma za razvoj mladih profesionalaca i jačanje kreativnog ekosustava.

U završnom dijelu predstavljanja aktivnosti i inicijativa, D. I. Ballon naglasila je kako je Udruga uvijek otvorena za nove ideje te pozvala članice da se aktivno uključe u kreiranje budućih projekata, radnih skupina i inicijativa. Istaknula je da HURA svoj razvoj gradi u partnerstvu s članicama, osluškujući potrebe tržišta i prateći izazove s kojima se agencije svakodnevno susreću. Pozvala je sve prisutne da predlože teme koje smatraju važnima za struku, istaknuvši da je upravo suradnja cijelog članstva temelj djelotvornog i relevantnog rada Udruge. Naglasila je kako HURA kontinuirano djeluje u interesu svojih članica te da je otvoreni dijalog ključ za daljnje jačanje industrije, podizanje standarda i razvoj novih programa koji će koristiti cijelom tržištu.

Financijski izvještaj i planovi

U dijelu sjednice posvećenom financijskom izvještaju i planiranju, D. I. Ballon predstavila je projekciju financijskog izvještaja za 2025. godinu, koji predajemo u veljači. Istaknula je kako je riječ o procjeni jer je godina još u tijeku, uz napomenu da će tekuća godina završiti pozitivno, unatoč provođenju svih uobičajenih aktivnosti i niza novih inicijativa koje je Udruga realizirala. Posebno je naglašeno da su ulaganja u projekte poput promocije udžbenika, kampanje "Važno je znati kad se plati", C-level edukacija i drugih strateških aktivnosti provedena u skladu s planom te da nisu ugrozila stabilnost poslovanja.

U nastavku je predstavljen pregled ključnih financijskih pokazatelja za 2025. godinu, među kojima su ukupni prihodi u iznosu od 1.100.000,00 €, ukupni rashodi od 1.097.000,00 € te dobit nakon oporezivanja od 3.000,00 €. D. I. Ballon pojasnila je da Udruga vodi dvostruko knjigovodstvo – zasebno za neprofitni, a zasebno za profitni dio poslovanja – pri čemu se oporezuje isključivo profitni segment.

Ove smo godine završili suradnju s dosadašnjim knjigovodstvom nakon što smo uočili razlike između naših internih evidencija i njihovih izvještaja. Te razlike nisu imale značajnijeg utjecaja na naše prihode ni rashode, ni na likvidnost, a neovisne revizije, kojih smo obveznici, bile su uredne. Utjecaj razlike u izvještajima, odnosno manjkavosti u knjiženjima koji smo ustanovili jest da smo se nešto ranije odlučivali za veće investicije (npr. 12 tis. € besplatne edukacije 2024, 22 tis. € besplatni CEO Event 2024, 16 tis. € web IAB 2023) koje bismo inače realizirali u budućem razdoblju. Angažirali smo novo knjigovodstvo i stručnog savjetnika, koji su proveli analizu te preporučili najbolji i najpovoljniji način usklađenja, koji je već primijenjen na 2025. godinu. Ukupno poslovanje i dalje je stabilno i pozitivno te očekujemo pozitivan rezultat i u idućoj godini.

D. I. Ballon potom je predstavila financijski plan za 2026. godinu. Izvijestila je da iduću godinu također planiramo završiti u plusu pa u 2026. očekujemo preko 100.000 € više prihode, realizaciju svih dosadašnjih projekata, kao i ulaganja u nove inicijative poput HURA Intelligence Huba, besplatnih projekata za članice i drugih dogovorenih aktivnosti.

Snažan razvoj IAB-a Croatia

D. I. Ballon predstavila je najvažnije ostvarene aktivnosti, s naglaskom na nastavak razvoja IAB-a Croatia, koji je tijekom protekle godine postigao iznimno značajan rast i utjecaj na digitalno tržište. Istaknula je kako IAB Croatia danas okuplja više od 130 članova Odbora te predstavlja jednu od najaktivnijih i najorganiziranijih industrijskih platformi u regiji, što potvrđuje i angažman ukupno 52 članice i člana u radnim skupinama. Ove se skupine bave najrelevantnijim temama digitalnog oglašavanja – od privatnosti i zaštite podataka, preko umjetne inteligencije i DOOH-a, do istraživanja, predikcija trendova i web3 tehnologija – čime izravno doprinose osnaživanju kompetencija tržišta i razvoju standarda struke.

Naglasila je i važnost programa IAB Discovery, koji je tijekom godine tematski pokrivao ključna područja digitalnog ekosustava, okupljajući stručnjake i članice oko relevantnih i aktualnih sadržaja. Program iz mjeseca u mjesec gradi zajednicu znanja i prakse, a posebna vrijednost je u tome što su sadržaji kreirani i predstavljeni u suradnji s članovima, što dodatno osnažuje zajedničko vlasništvo nad razvojem industrije. U okviru inicijative IAB Discovery istaknuto je da je do sada održano čak osam članskih Discovery okupljanja, dok je za sljedeće razdoblje već u planu novih osam, svako posvećeno određenoj temi od važnosti za digitalno oglašavanje i razvoj tržišta. Posebno je pozvala sve članove da se pridruže idućem susretu, koji će se 24. studenoga održati u Predstavništvu Europske komisije u Hrvatskoj, na temu (samo)regulacije zbog važnosti zajedničkog promišljanja i usuglašavanja standarda koji doprinose odgovornom i održivom razvoju industrije.

D. I. Ballon osvrnula se na područje komunikacije, naglasivši kako Odbor IAB Croatia kontinuirano jača svoju prisutnost i vidljivost s ciljem da članicama pruži platformu na kojoj mogu dijeliti svoje projekte, uspjehe i stručna postignuća. Istaknula je da se komunikacija danas odvija kroz sve brojnije kanale – od redovitog objavljivanja vijesti i edukativnih sadržaja, preko sudjelovanja članova na panelima i konferencijama, pa sve do nove web-stranice koja centralizira sve informacije važne za tržište.

Posebno je istaknuta nacionalna kampanja „Važno je znati kad se plati“, koja je nastala u sklopu IAB-ove radne skupine za (samo)regulaciju. Kampanja je pokrenula važan razgovor o transparentnosti komercijalnih objava, a Deklaracija o boljem influencanju, kao njen ključni ishod, u prvim je danima prikupila više od 100 potpisnika među agencijama, oglašivačima i kreatorima sadržaja. D. I. Ballon pozvala je sve članice da se pridruže potpisivanju Deklaracije, naglasivši da se njome jačaju standardi struke, povećava povjerenje među dionicima te osigurava zdravlje, transparentnije i odgovornije tržište.

U završnom dijelu osvrta predstavljen je i segment standardizacije, u kojem HURA-in Odbor IAB Croatia nastavlja uvoditi nove dokumente najbolje prakse temeljene na međunarodnim standardima. Među ključnim ostvarenjima izdvojene su Smjernice za bolje influencanje te istraživanje o poznavanju blockchaina i kriptovaluta, dok su u pripremi novi dokumenti kao što su *IAB Perspectives: Umjetna inteligencija u digitalnom marketingu*, *Digitalni trendovi: prilika ili hype* i *Predictions for 2026*.

Zaključila je da sve ove inicijative potvrđuju opredijeljenost HURA-e da aktivno podiže razinu znanja, standarda i kvalitete tržišta, te da ostaje otvorena za prijedloge i sudjelovanje svojih članica, koje su ključni nositelji svih uspjeha Odbora.

Na kraju izlaganja cijele 3. točke dnevnog reda provedeno je glasovanje o usvajanju svih točaka godišnjeg izvještaja i plana. Članice su jednoglasno, uz izraženu pohvalu te punu podršku članova, usvojile poslovni izvještaj za 2025. godinu, financijski izvještaj za 2025. godinu, poslovni plan za 2026. godinu i financijski plan za 2026. godinu.

4. Članstvo

4.1. Glasovanje o prijavama za članstvo u HURA-i agencija Narativ komunikacije, Studio Sudar i dr.

D. Bračić pozvao je V. Preselja, predstavnika Odbora za članstvo, da iznese pregled novopridošlih prijava i preporuka Odbora. Izvijestio je kako su od prošle Skupštine zaprimljene dvije nove prijave za ućlanjenje u HURA-u te da su ih članovi Odbora detaljno pregledali, utvrdivši da obje agencije u potpunosti zadovoljavaju kriterije za odgovarajući oblik članstva.

Odbor za članstvo stoga je predložio da se u HURA-u prime sljedeće agencije: Narativ komunikacije, u statusu punopravne članice, te Studio Sudar, u pred lanskom statusu. Uz to, predstavljena je i promjena unutar postojeće strukture članstva, budući da je MediaCom Central Europe Zagreb d.o.o., dugogodišnja članica Udruge, prenijela svoje poslovanje na pravnog slijednika WPP Media Croatia d.o.o., Odbor je preporučio da se u članstvu izvrši odgovarajuća formalna zamjena. Nakon izlaganja V. Preselja, D. Bračić je pozvao članice na glasovanje. Nakon izlaganja V. Preselja, članice su pristupile glasovanju o svakoj pojedinoj odluci zasebno.

Najprije je jednoglasno, s 52 glasa za, potvrđen primitak agencije Narativ komunikacije u punopravno članstvo HURA-e. U sljedećem glasovanju jednoglasno je, također s 52 glasa za, potvrđen primitak agencije Studio Sudar u pred lanski status, sukladno podnesenoj prijavi i preporuci Odbora za članstvo. Treća odluka odnosila se na promjenu unutar postojećeg članstva, budući da je društvo MediaCom Central Europe Zagreb d.o.o., dugogodišnja članica Udruge, prenijelo svoje poslovanje na pravnog slijednika WPP Media Croatia d.o.o..  lanice su i ovu odluku jednoglasno potvrdile s 52 glasa za, čime je odobrena formalna zamjena u evidenciji članstva.

U ime Skupštine, D. Bračić zahvalio je svim prisutnim članicama na aktivnom sudjelovanju, konstruktivnim komentarima i povjerenju koje kontinuirano ukazuju HURA-i te je još jednom istaknuo ovogodišnji uspjeh Udruge i svih njezinih članica na domaćem i regionalnom tržištu. Naglasio je kako su rezultati i ambiciozni planovi predstavljeni na XVII. Skupštini jasan pokazatelj da HURA djeluje s ciljem podizanja vrijednosti cijele industrije i stvaranja tržišta koje više vrijedi za sve dionike. U 16:35 sati D. Bračić je službeno zaključio XVII. Skupštinu Udruge HURA te je ujedno pozvao članice da se, nakon kratke pauze, vrate i sudjeluju u Forumu članica kao prostoru za otvoreni dijalog, razmjenu iskustava i daljnje zajedničko oblikovanje prioriteta Udruge.

Zapisnik sastavila: Katarina Osmak, Senior Communications Coordinator