

ZAPISNIK 18. SKUPŠTINE UDRUGE HURA

Vrijeme: četvrtak, 11. lipnja 2026., početak u 15:10, završetak u 16:20

Nazočni:

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

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje
Croatian Association of Communications Agencies

HURA! • Ul. Charlesa Darwina 4a, 10000 Zagreb, Hrvatska • OIB: 97189552878 • www.hura.hr

1. Utvrđivanje broja prisutnih

XVIII. Skupštinu otvorio je predsjednik Skupštine, K. R. Prosoli, pozdravivši okupljene članice i zahvalivši im na dolasku te kontinuiranom doprinosu radu Udruge.

U svom obraćanju osvrnuo se na razvoj HURA-e tijekom posljednjih godina, istaknuvši predan rad Uprave, izvršne direktorice i članica koje svojim angažmanom doprinose jačanju Udruge i cijele komunikacijske industrije. Naglasio je kako se tijekom posljednjih osam do devet godina još intenzivnije radi na pozicioniranju struke, stvaranju novih prilika za članstvo te podizanju vidljivosti i značaja industrije izvan njezinih tradicionalnih okvira. Istaknuo je kako su rezultati koje Udruga danas ostvaruje posljedica zajedničkog djelovanja članica i dugoročne posvećenosti razvoju tržišta, struke i profesionalnih standarda.

Skupštini je prilikom otvaranja nazočilo 45 članica s pravom glasa te je utvrđen kvorum za pravovaljano donošenje odluka. Tijekom izlaganja točke 3. pridružilo se još sedam članica, stoga je ukupan broj prisutnih članica bio 52.

2. Utvrđivanje dnevnog reda

K. R. Prosoli predstavio je predloženi dnevni red te pozvao članice da, ako imaju prijedloge za dopunu, iste iznesu prije njegova usvajanja. Tom je prilikom jedna od članica predložila da HURA ponovno razmotri temu obveze plaćanja članarine turističkim zajednicama za komunikacijske agencije. K. R. Prosoli predložio je da se navedena tema razmotri u sklopu točke Razno kako bi članice imale priliku otvoriti raspravu i razmijeniti mišljenja o mogućim daljnjim koracima Udruge po tom pitanju.

Tijekom rasprave dodatno je pojašnjeno da se, sukladno ustaljenoj praksi, kod pojedinih točaka dnevnog reda glasovanje provodi na način da jedan ovlašteni predstavnik glasuje u ime članice.

Nakon toga je jednoglasno prihvaćen sljedeći dnevni red:

1. Utvrđivanje broja prisutnih
2. Utvrđivanje dnevnog reda
3. Izvještaj o radu
4. Financijski izvještaj 2025. godine
5. HURA dokumenti i procedure:

- 5.1. Poslovnik o radu radnih skupina HURA-e
- 5.2. Pravilnik HURA-e za provođenje izbora
- 5.3. Najava: analiza Statuta i temeljnih dokumenata HURA-e
- 6. Izbor novog člana Suda časti
- 7. Status članstva u UMTG-u (Udruga za mjerenje televizijske gledanosti)
- 8. Prijedlog članice: prava korištenja agencijskih kreativnih rješenja
- 9. Članstvo: glasovanje o novim prijavama za članstvo u HURA-i
 - 9.1. Glasovanje o prijavi za članstvo u HURA!-i agencije *Prospekt*
 - 9.2. Glasovanje o prijavi za članstvo u HURA!-i agencije *Señor*
- 10. Razno

3. Izvještaj o radu

K. R. Prosoli pozvao je izvršnu direktoricu D. I. Ballon da predstavi pregled aktivnosti Udruge u proteklom razdoblju.

Prije predstavljanja aktivnosti D. I. Ballon riječ je prepustila predsjednici Uprave HURA-e, J. Fiškuš, koja je zahvalila članicama na kontinuiranom angažmanu i aktivnom uključivanju u rad Udruge. Istaknula je kako velik odaziv članica na pozive za sudjelovanje u panelima, organizacijskim odborima, radnim skupinama, festivalskom programu i drugim inicijativama potvrđuje snagu zajednice koju HURA okuplja. Naglasila je da uspjeh Udruge proizlazi upravo iz otvorenosti prema članstvu i spremnosti članica da svojim znanjem, iskustvom i vremenom doprinose zajedničkim projektima i razvoju struke.

U nastavku je najavila novo razdoblje rada Udruge u kojem će fokus biti stavljen i na pitanja daljnjeg unaprjeđenja organizacijskog okvira. Istaknula je prijedlog Pravilnika o izborima te planirano preispitivanje Statuta kako bi se osiguralo da interni dokumenti i procesi prate aktualne potrebe članstva i razvoj Udruge.

D. I. Ballon zahvalila je predsjednici na osvrtu te predstavila pregled najvažnijih aktivnosti i projekata realiziranih tijekom godine. Posebno je istaknula kako je razdoblje oko Dana komunikacija tradicionalno najintenzivniji dio godišnjeg ciklusa rada Udruge jer festival danas predstavlja središnje mjesto okupljanja komunikacijske industrije i platformu koja povezuje agencije, oglašivače, medije, institucije i druge relevantne dionike tržišta.

Govoreći o rezultatima festivala Dani komunikacija 2026, istaknuto je kako je riječ o najvećem i najutjecajnijem izdanju festivala dosad, s više od 200 govornika, gotovo 100 programskih segmenata, 791 prijavom na strukovna natjecanja, više od 170 članova žirija i odbora te 151 partnerom i sponzorom. Naglašeno je kako festival kontinuirano raste zahvaljujući zajedničkom doprinosu industrije te nastoji vjerno odražavati aktualne teme, izazove i smjerove razvoja tržišta.

Posebno je istaknuta visoka razina uključenosti članica u sve segmente festivala. Više od 80 % članica sudjelovalo je kroz program, rad žirija, organizacijskih odbora ili drugih festivalskih aktivnosti, čime Dani komunikacija nastavljaju potvrđivati svoju ulogu platforme koja okuplja industriju i potiče razmjenu znanja, iskustava i perspektiva.

Predstavljeni su i podaci koji potvrđuju važnost festivala za cijelo tržište. Naglašeno je kako se festival tijekom godina etablirao kao relevantno mjesto povezivanja komunikacijske industrije s institucijama, organizacijama i donositeljima odluka te kao prostor u kojem struka zajednički promišlja svoj razvoj i buduće smjerove djelovanja. Govoreći o poslovnom modelu festivala, istaknuto je kako prihodi najvećim dijelom dolaze od oglašivača, medija i drugih tržišnih partnera, dok HURA kontinuirano ulaže napore kako bi festival ostao prije svega platforma koja stvara vrijednost za članice i domaću komunikacijsku industriju. Naglašeno je da je strateška odluka Udruge usmjeriti se prvenstveno na potrebe domaćeg tržišta i razvoj lokalne struke, pri čemu festival unatoč tome privlači sve veći broj sudionika iz regije te potvrđuje svoju relevantnost i izvan nacionalnih okvira.

3. 1. Razvoj stručnih sadržaja i inicijativa

U nastavku izlaganja D. I. Ballon predstavila je aktivnosti HURA Intelligence Huba, edukacijske platforme pokrenute početkom godine s ciljem pružanja kontinuiranih edukacijskih sadržaja, stručnih materijala, smjernica i aktivnosti radnih skupina tijekom cijele godine. Istaknula je kako je već u prvim mjesecima djelovanja HURA Intelligence Hub okupio velik broj članica kroz čak devet edukacija, webinarima i stručnih događanja posvećenih temama poput kreativnosti na TikToku, bihevioralnih uvida u komunikacijama, upravljanja vremenom, Fiskalizacije 2.0, umjetne inteligencije, ovladavanja Google AI kreativnim alatima, osiguranja u agencijskom poslovanju i marketinške efikasnosti, dok je istovremeno objavljen i Vodič za odabir agencije temeljen na globalnim praksama. Istaknula je kako dosadašnji odaziv pokazuje da članicama posebno odgovaraju online formati edukacija te da će se s njihovom provedbom nastaviti i u narednom razdoblju.

D. I. Ballon potom je pozvala K. Laco da predstavi aktivnosti Radne skupine za jačanje značaja i utjecaja. K. Laco izvijestila je o aktivnostima vezanima uz temu javne nabave komunikacijskih i kreativnih usluga, uključujući sudjelovanje na međunarodnoj konferenciji o javnoj nabavi, uključivanje u postupke javnog savjetovanja te

organizaciju panela na Danima komunikacija 2026. Istaknula je kako će se dosadašnji rad skupine zaokružiti održavanjem radionice namijenjene naručiteljima komunikacijskih i kreativnih usluga. Dodala je kako će skupina nakon toga otvoriti prostor za nove teme te pozvala članice da predlože područja od interesa i uključe se u buduće aktivnosti.

Nakon izlaganja K. Laco, D. I. Ballon zahvalila joj je na dosadašnjem angažmanu te pozvala R. Ilak da predstavi aktivnosti Radne skupine za natječaje i edukaciju klijenata.

R. Ilak izvijestila je kako se radu skupine tijekom godine priključilo nekoliko novih članova te istaknula da je cilj nastaviti jačati svijest o važnosti kvalitetnih natječajnih procesa kroz edukacije, panele, javne nastupe i suradnje s partnerskim organizacijama. Predstavila je i rezultate istraživanja provedenog među članicama o natječajnim praksama. Prema rezultatima istraživanja nije zabilježena značajnija promjena u broju natječaja u kojima članice sudjeluju, dok se željena prosječna naknada za pitch najčešće kreće između 3.000 i 5.000 eura. Istaknula je i kako podaci upućuju na smanjenje broja natječaja koje članovi smatraju da ne odstupaju od preporuka iz Vodiča za odabir agencije, što, između ostalog, ukazuje i na povećanu svijest o preporučenim standardima na tržištu te potrebu za nastavkom aktivnosti ove radne skupine.

D. I. Ballon zahvalila je K. Laco i R. Ilak na njihovom doprinosu radu radnih skupina.

3. 2. Vidljivost članica i priznanje struke

D. I. Ballon izvijestila je članice o kontinuiranim aktivnostima usmjerenima na promociju rada i uspjeha članica kroz format Members Spotlight, kojim HURA redovito komunicira najvažnije vijesti, projekte i postignuća agencija članica. Istaknuto je da se intenzivno radi na povećanju vidljivosti aktivnosti članica te je upućen poziv svima da i dalje dijele svoje vijesti i uspjehe.

U nastavku je D. I. Ballon pozvala prisutne da zaplješču Rajni Cuculić i Anselmu Tumpiću povodom imenovanja u Shortlisting žirije festivala Cannes Lions International Festival of Creativity, dok je istaknuto i sudjelovanje J. Fiškuš u žiriju Young Lionsa u Cannesu. Naglašeno je kako ovakva imenovanja doprinose međunarodnoj prepoznatljivosti hrvatske komunikacijske industrije.

D. I. Ballon potom je pozvala D. Dretvić da predstavi novosti vezane uz Effie Awards Croatia. Predstavljen je novi sastav Organizacijskog odbora, uvedene su nove kategorije s ciljem privlačenja šireg kruga prijavitelja, a posebice se istaknula kategorija Lansiranje proizvoda/usluge koja je privukla najveći interes. Tijekom sezone održane su edukacije za prijavitelje i članove žirija, a prvi put je proveden i program Effie klinike, kroz koji su prijavitelji imali mogućnost

individualnih konzultacija s iskusnim stručnjacima poput Ante Šalinovića. Zaključeno je kako su navedene aktivnosti pridonijele rekordnom interesu i porastu broja prijava od 30 posto.

Nakon toga D. I. Ballon pozvala je N. Grbačića da predstavi sezonu MIXX Awards Croatia powered by Admixer Media. N. Grbačić istaknuo je kako se digitalna industrija mijenja iznimno brzo, zbog čega natjecanje kontinuirano prilagođava kategorije i pravila. Predstavljen je i alat MIXX Fit Check, osmišljen kako bi prijaviteljima olakšao odabir odgovarajuće kategorije, a najavljeno je i nekoliko novih promjena za sljedeću sezonu. Zaključio je kako je MIXX danas prepoznat kao relevantno i vrijedno strukovno priznanje.

D. I. Ballon zatim je riječ prepustila M. Šesniću koji je predstavio novosti vezane uz IdejaX. Istaknuo je kako Organizacijski odbor nastoji uzeti u obzir sve konstruktivne prijedloge i komentare industrije te zahvalio HURA-inom timu na podršci u procesu razvoja natjecanja. M. Šesnić izdvojio je otvoreno nominacijsko mjesto u žiriju za kreativne direktorice i direktore iz članstva HURA-e, što dodatno doprinosi transparentnosti procesa. Napomenuo je kako su prijave za to mjesto trenutno otvorene.

O sezoni BalCannesa govorila je J. Fiškuš. Istaknula je rekordan broj prijava te rast interesa iz cijele regije, čemu su pridonijele nove kategorije i kontinuirani razvoj natjecanja. Posebno je naglasila kako se među najuspješnijim agencijama i oglašivačima nalaze predstavnici svih tržišta uključenih u natjecanje, dok hrvatske agencije i oglašivači i dalje zauzimaju visoke pozicije na ljestvicama uspješnosti, što potvrđuje kvalitetu i stabilnost domaćeg tržišta.

Na kraju je D. I. Ballon pozvala H. Fuker da predstavi rezultate i novosti vezane uz Young Lions Croatia. Istaknuto je da je iza natjecanja jubilarno deseto izdanje, koje je započelo posebnim Young Lions događanjem namijenjenim pripremi natjecatelja. Ove je godine na Zagrebačkom velesajmu sudjelovalo gotovo 100 natjecatelja, a zadatak je pripremljen u suradnji s udrugom Sigurna mjesta. Članice su čestitale i pobjedničkom timu iz Future DDB-a, koji će predstavljati Hrvatsku na međunarodnom natjecanju u Cannesu.

3. 3. Zajedno oblikujemo aktivnosti Udruge

D. I. Ballon, uz sve ostale aktivnosti, najavila je tradicionalno okupljanje članica na godišnjem HURA partyju, koji će se održati krajem kolovoza ili početkom rujna, kao i novo izdanje CEO Eventa, ali i C-level radionice namijenjene direktorima, planirano za kraj godine.

Istaknuto je kako HURA kontinuirano provodi istraživanja i analize tržišta te kroz različite formate prikuplja povratne informacije članica kako bi aktivnosti Udruge odgovarale stvarnim potrebama industrije. Članice su pozvane da i dalje

predlažu teme, inicijative i područja o kojima smatraju da bi struka trebala intenzivnije razgovarati i djelovati. Posebno je naglašen značaj angažmana članica u radu Udruge. Trenutačno je 56 % članica uključeno u rad odbora, organizacijskih tijela, žirija i radnih skupina HURA-e i IAB-a Croatia, što potvrđuje snažnu uključenost članstva u oblikovanje aktivnosti Udruge i razvoj komunikacijske industrije. Izražena je zahvalnost svim članicama koje svojim vremenom, znanjem i iskustvom aktivno doprinose zajedničkim projektima i inicijativama.

3. 4. IAB Croatia jača zajednicu digitalne industrije kroz suradnju, edukaciju i standardizaciju

U nastavku Skupštine predstavljen je pregled aktivnosti IAB-a Croatia, koji danas okuplja 140 članova i članica te nastavlja bilježiti stabilan rast. Istaknuto je kako je riječ o organizaciji koja se u velikoj mjeri razvija zahvaljujući angažmanu samih članova, kroz rad u odborima, stručnim radnim skupinama, edukacijama, istraživanjima i zajedničkim inicijativama usmjerenima razvoju digitalnog tržišta.

Posebno je naglašena važnost deset aktivnih radnih skupina koje se bave područjima poput privatnosti i zaštite podataka na internetu, umjetne inteligencije u digitalnom marketingu, pažnje u digitalnom marketingu, online medijskog tržišta, istraživanja, DOOH-a, web3 tehnologija, digitalnih trendova te samoregulacije. U njihov je rad trenutno uključeno više od 50 stručnjaka iz članica IAB-a Croatia, koji tijekom godine zajednički oblikuju preporuke, istraživanja, edukativne sadržaje i inicijative relevantne za tržište.

Dodatno je spomenut i program *IAB Discovery: The Month Of...*, kroz koji se svakog mjeseca obrađuje jedna aktualna tema digitalne industrije. Tijekom proteklog razdoblja održani su događaji posvećeni istraživanjima, zaštiti privatnosti i podataka, online medijskom tržištu, pažnji u digitalnom marketingu i drugim područjima, a najavljene su i nadolazeće teme vezane uz umjetnu inteligenciju, DOOH, web3, samoregulaciju te predviđanja i trendove u industriji. Ovakav format omogućuje kontinuirano okupljanje stručnjaka, razmjenu iskustava i raspravu o pitanjima koja oblikuju budućnost digitalnog tržišta.

Značajan dio aktivnosti IAB-a Croatia i dalje je usmjeren na standardizaciju tržišta i podizanje razine stručnog znanja. Tijekom godine objavljeno je više dokumenata i alata temeljenih na međunarodnim standardima i najboljim praksama, među kojima su publikacije o digitalnim trendovima, umjetnoj inteligenciji te alati za procjenu relevantnosti pojedinih digitalnih trendova. U pripremi su i novi materijali, uključujući vodič za pažnju u digitalnom marketingu te dodatne sadržaje vezane uz umjetnu inteligenciju, DOOH i tržišna predviđanja.

Zaključno, D. I. Ballon zahvalila je članovima Uprave na velikom angažmanu i vremenu koje ulažu u razvoj Udruge, istaknuvši kako je velik dio postignutih aktivnosti rezultat njihova kontinuiranog rada i inicijativa. Posebnu zahvalu uputila je i HURA-inom timu koji svakodnevno provodi brojne projekte, događanja, edukacije, istraživanja i strukovne aktivnosti. Zatvorila je izvještaj o aktivnostima s velikom zahvalom svim članovima na aktivnosti i doprinosu koji se vidi na svakom koraku. Cijeli segment izvještaja pod točkom 3. članovi su podržali uz pljesak, a nije bilo dodatnih pitanja niti komentara.

4. Financijski izvještaj

D. I. Ballon predstavila je financijski izvještaj za 2025. godinu, koji je prethodno dostavljen članicama na uvid pisanim putem. Istaknula je kako je izvještaj predan Fini te da su ostvareni rezultati u skladu s financijskim projekcijama predstavljenima članicama na prošlom okupljanju. Udruga je godinu završila pozitivnim rezultatom. Nakon predstavljanja izvještaja K. R. Prosoli otvorio je raspravu te upitao ima li komentara ili pitanja. Budući da ih nije bilo, financijski izvještaj za 2025. godinu jednoglasno je prihvaćen uz 52 glasa za.

5. HURA dokumenti i procedure

D. I. Ballon predstavila je pregled dokumenata i procedura koje je Udruga razvijala tijekom proteklog razdoblja. Istaknula je kako su svi dokumenti prošli strukturirani proces usuglašavanja koji uključuje izradu prijedloga od strane HURA-inog tima, raspravu i doradu na razini Uprave, pravnu provjeru te komentiranje i usuglašavanje sa svim članicama prije upućivanja na glasovanje Skupštini. Naglasila je kako su tijekom godine izrađeni i unaprijeđeni brojni poslovnici i pravilnici s ciljem dodatnog uređenja procesa i transparentnosti rada Udruge. Pozvala je članice da sve važeće procedure, pravilnike i povezanu dokumentaciju redovito prate putem zajedničkog drivea, gdje su dostupni na jednom mjestu.

5.1. Poslovnik o radu radnih skupina HURA-e

D. I. Ballon izvijestila je članice o prijedlogu Poslovnika o radu radnih skupina HURA-e, koji je prethodno dostavljen svim članicama na očitovanje. Istaknula je kako tijekom razdoblja za komentiranje nije pristigla nijedna primjedba ni prijedlog izmjena. Nakon predstavljanja prijedloga, K. R. Prosoli pozvao je članice na glasovanje, a Poslovnik o radu radnih skupina HURA-e jednoglasno je usvojen.

5.2. Pravilnik HURA-e za provođenje izbora

D. I. Ballon predstavila je prijedlog Pravilnika HURA-e za provođenje izbora, istaknuvši kako je cilj unaprijed definirati i dokumentirati sve izborne procedure kako bi proces izbora, kada za to dođe vrijeme, bio jasan, transparentan i unaprijed usuglašen. Tijekom savjetovanja s članicama pristigao je jedan komentar, koji je uvažen, a pravilnik je pravilnik dopunjen i odredbama koje uređuju postupanje u slučaju promjena u sastavu Uprave tijekom mandata. Nakon predstavljanja prijedloga, K. R. Prosoli pozvao je članice na glasovanje, a Pravilnik HURA-e za provođenje izbora jednoglasno je usvojen.

5.3. Najava: analiza Statuta i temeljnih dokumenata HURA-e

D. I. Ballon najavila je pokretanje analize Statuta i temeljnih dokumenata HURA-e s ciljem njihova usklađivanja s aktualnim potrebama rada Udruge. Istaknula je kako je riječ o važnom procesu kojem se pristupa pažljivo i promišljeno te naglasila da cilj nije mijenjati postojeće odredbe bez potrebe, već identificirati područja koja je potrebno ažurirati ili preciznije urediti kako bi dokumenti i dalje kvalitetno podržavali rad Udruge. Dodala je kako je plan tijekom narednog razdoblja provesti analizu te pripremiti prijedloge izmjena koji bi članicama mogli biti predstavljeni na sljedećoj sjednici Skupštine.

6. Izbor novog člana Suda časti

K. R. Prosoli zahvalio je D. I. Ballon te otvorio postupak izbora novog člana Suda časti HURA-e. Izvijestio je kako su pristigle tri kandidature, i to M. Pitarevića (Real grupa), D. Josipović (Futura DDB) i A. Polančec (Ured za ideje). Budući da je za izbor prema postojećim pravilima bilo potrebno ostvariti 50 % + 1 glas svih članica, odnosno 33 glasa, predložena je izmjena načina donošenja odluke kako bi izabran bio kandidat koji osvoji najveći broj glasova. Prijedlog je jednoglasno prihvaćen.

Nakon toga K. R. Prosoli predstavio je sve prijavljene kandidate, a potom je potvrđeno izborno povjerenstvo u sastavu A. Kekić, I. Delalić i D. Dretvić te je provedeno glasanje za izbor novog člana Suda časti. Po završetku glasanja i prebrojavanja glasova, K. R. Prosoli objavio je da je za novog člana Suda časti HURA-e većinom prisutnih glasova izabran M. Pitarević. Tom je prilikom zahvalio svim kandidatima na iskazanom interesu i kandidaturi.

7. Status članstva u UMTG-u (Udruge za mjerenje televizijske gledanosti)

D. I. Ballon pozvala je R. Cuculić da članovima predstavi aktualni status članstva HURA-e u UMTG-u. R. Cuculić podsjetila je kako je Skupština HURA-e u jesen 2024. godine donijela odluku o izlasku HURA-e iz UMTG-a, koja je i dalje na snazi, no formalni proces izlaska nije pokrenut zbog značajnih promjena okolnosti koje su uslijedile neposredno nakon Skupštine. Istaknula je kako je tijekom prosinca 2024. Nielsen odustao od modela predviđenog tenderom te zatražio individualno ugovaranje usluga s agencijama za 2025. godinu, zbog čega je nastala situacija koja je zahtijevala koordinirani i zajednički pristup svih dionika kroz UMTG.

Govoreći o razvoju situacije tijekom 2025. godine, R. Cuculić navela je kako Nielsen kontinuirano signalizira mogućnost povlačenja s hrvatskog tržišta, zbog čega su stabilnost i budućnost sustava televizijskog mjerenja postali prioritet za cijelu industriju. U tom je kontekstu UMTG tijekom godine služio kao platforma za koordinaciju aktivnosti vezanih uz upravljanje odnosom s Nielsenom, zaštitu interesa korisnika istraživanja, razmatranje mogućih alternativnih modela mjerenja te pripremu industrije za potencijalne promjene na tržištu.

Zaključno je istaknula kako HURA za sada ostaje član UMTG-a te da je sudjelovanje HURA-e i dalje relevantno prvenstveno za medijske agencije koje koriste podatke televizijskog mjerenja. Dodala je kako nema promjene u procjeni rizika za HURA-u te da će članicama na sljedećoj Skupštini biti podneseno novo izvješće o stanju u UMTG-u.

8. Prijedlog članice: prava korištenja agencijskih kreativnih rješenja

D. I. Ballon izvijestila je kako je zaprimljen prijedlog jedne članice za otvaranje rasprave o opsegu prijenosa i korištenja autorskih prava na kreativna rješenja agencija. Istaknuto je kako klijenti u praksi često zahtijevaju neograničena prava iskorištavanja kreativnih rješenja, dok se kod drugih autora uključenih u kampanje, poput glumaca ili skladatelja, u pravilu ugovaraju ograničena prava korištenja i dodatne naknade za širu ili međunarodnu eksploataciju. Zaključeno je kako je riječ o temi od interesa za članice te će se dodatno istražiti na koji način HURA može djelovati i pružiti podršku u vezi s navedenim pitanjem.

9. Članstvo: glasovanje o novim prijavama za članstvo u HURA-i

K. R. Prosoli pozvao je predstavnika Odbora za članstvo V. Preselja da predstavi devetu točku dnevnog reda. V. Preselj izvijestio je kako su od posljednje Skupštine zaprimljene dvije prijave za članstvo u HURA-i.

Prva prijava odnosila se na agenciju Prospekt, koja djeluje od 2005. godine. V. Preselj prenio je preporuku Odbora za članstvo da se agenciju primi u punopravno članstvo HURA-e. K. R. Prosoli potom je pozvao članice na glasanje, nakon čega je prijedlog jednoglasno prihvaćen te je agencija Prospekt primljena u punopravno članstvo HURA-e.

Druga prijava odnosila se na agenciju Señor, komunikacijsku i branding agenciju, koja je zatražila pristupanje HURA-i u predčlanskom statusu. Nakon predstavljanja prijave K. R. Prosoli pozvao je članice na glasanje, a prijedlog je jednoglasno prihvaćen te je agenciji Señor odobren predčlanski status.

V. Preselj također je izvijestio kako od posljednje Skupštine nije zaprimljen nijedan zahtjev za istupanje iz članstva HURA-e.

10. Razno

U okviru točke 10., D. I. Ballon osvrnula se na ranije otvorenu temu obveze plaćanja članarine turističkim zajednicama za komunikacijske agencije. Istaknula je kako je HURA već ranije zastupala interese članica vezano uz navedeno pitanje te najavila da će se tema ponovno razmotriti i evaluirati mogućnosti daljnjeg djelovanja u interesu članica.

K. R. Prosoli zahvalio je svima na sudjelovanju, pozdravio ovogodišnji uspjeh HURA-e i svih njenih članica te je u 16:20 sati zaključena 18. Skupština Udruge HURA. D. I. Ballon pozvala je članice da ostanu sudjelovati na Forumu gdje će imati priliku razgovarati o ključnim temama industrije.

Zapisnik sastavila: Katarina Osmak, Communications Manager