



Prihodi agencija za tržišno komuniciranje u prošloj godini porasli za četvrtinu

Agencije članice Hrvatske **udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**, koje predstavljaju **tri četvrtine ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji**, u 2021. godini prihodovale su ukupno **2,2 milijarde kuna, što je porast od oko 25 posto** u odnosu na 2020.

Nakon neizvjesne 2020. godine, komunikacijske su agencije pokazale da su važan dio domaćega gospodarskoga napretka te svojim kvalitetnim radom nastavile unaprjeđivati vlastito poslovanje, ali i cijelo tržište, pokazala je analiza u kojoj su korišteni javno dostupni podaci u bazi FINA-e (info.BIZ).

HURA je vodeća strukovna **udruga** u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj i okuplja 55 agencija, među kojima su neke od najboljih i najnagrađivanijih na ovim prostorima. Oporavak globalne gospodarske slike nakon neizvjesne prve pandemijske godine i rast broja članica **HURA-e** rezultirali su u prošloj godini prihodima većima za četvrtinu u odnosu na 2020. godinu. Osim ukupnih prihoda, **rasli su i prihodi od izvoza, i to za oko 43 posto** u odnosu na 2020. godinu, na razinu od gotovo **463 milijuna kuna** fakturirana u inozemstvo.

Ohrabrujuća je činjenica u 2020. godini bila očuvanje broja zaposlenih, unatoč padu prometa, a taj se pozitivan trend nastavio i u 2021., koja je donijela i blagi porast broja zaposlenih od dva posto, na ukupno 1198 zaposlenika. Svi podaci ukazuju na **kontinuiranu stabilnost industrije**, a svojim rezultatima domaće agencije dokazuju da su kvalitetom i kreativnošću svojih usluga sve relevantnija točka europske, ali i globalne karte.

HURA U BROJKAMA: 2021. GODINA

55 agencija članica

Ukupni prihodi **HURA**-inih članica: **2,208 milijardi kuna**

Prihodi iz inozemstva **HURA**-inih članica: **463 milijuna kuna**

Broj zaposlenih u **HURA**-inim agencijama: **1198**

U članstvu je trenutno okupljeno čak 55 agencija koje u svom portfelju usluga nude komunikacijsko savjetovanje, oglašavanje, zakup medija, odnose s javnošću, digitalnu komunikaciju te druge aktivnosti vezane uz komunikacijski menadžment te kreativnu i komunikacijsku industriju. Agencije za tržišno komuniciranje uz pomoć brojnih aktivnosti **HURA-e predstavljaju veliku snagu u podizanju razine kvalitete tržišta** te aktivno sudjeluju u krojenju domaćih i europskih strukovnih standarda, zaštiti struke i unaprjeđenju industrije. Uz to, svojim članstvom imaju pristup ekskluzivnim sadržajima, aktivnostima, edukaciji, događanjima i financijskim uštedama. PS/SM