



## Zaustavljen pad ulaganja u oglašavanje u hrvatskim medijima

21.07.2015 autor [www.jatrgovac.hr](http://www.jatrgovac.hr)



**Najveći rast zabilježilo je internetsko oglašavanje, dok je prema industrijama najveći rast ostvaren u sektoru hrane, trgovine i financija**

Prema podacima Hrvatskog udruženja društava za tržišno komuniciranje (HURA), u 2014. godini oglašivači su kroz zakup oglasnog prostora u hrvatskim medijima uložili 1,408 milijardi kuna, što je 1% više nego godinu ranije.

Najveći rast zabilježilo je ulaganje u internetsko oglašavanje i to od 9%. Pored klasičnog display oglašavanja, podaci pokazuju rast oglašavanja kroz tražilice i društvene mreže.

“Iako je riječ o malom porastu ulaganja u oglašavanje, bitno je istaknuti kako ovim podatkom nakon šest godina kontinuiranog pada investicija u oglašavanje u medijima dolazi do pozitivnog preokreta. Nadamo se da će se ovom pozitivnom promjenom u narednom vremenskom periodu dodatno povećati volumen oglašavanja u medije i time u potpunosti dovesti do novog pozitivnog trenda u industriji oglašavanja”, izjavila je povodom objave podataka, članica Uprave HURA-e, Rajna Cuculić.

Podaci HURA-e pokazuju kako oglašavanje na televizijama i dalje iznosi polovinu ukupnog volumena oglašavanja, te bilježi rast od 4%. U segmentu televizije najveći rast oglašavanja događa se na tzv. tematskim Pay TV kanalima, odnosno kanalima koji se mogu pratiti isključivo kroz IPTV i kablsku platformu.

Evidencijski broj / Article ID: 15875243  
Vrsta novine / Frequency: Dnevna  
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska  
Rubrika / Section:



Na ovim kanalima udvostručen je broj TV spotova u odnosu na godinu prije, no ukupno ulaganje iznosi tek 1% ukupnog ulaganja u televizijsko oglašavanje.

U 2014. godini raslo je i ulaganje u oglašavanje na radiju od 6%, dok se trend pada ulaganja u oglašavanje kroz tisak i dalje nastavlja, pa je u 2014. godine uloženo 7% manje budžeta negoli u godini prije. Manji pad od 3% zabilježen je i u vanjskom oglašavanju.

Najveći rast u oglašavanje gledano prema industrijama ostvaren je sektoru hrane, trgovine i financija.