



## Stanje na marketinškom tržištu Hrvatske ipak stabilno!

30

maj



REGION – Prema rezultatima istraživanja Evropskog udruženja komunikacijskih agencija (EACA), evropsko tržište marketinške i oglašivačke industrije danas karakteriše stagnacija i pad zaposlenosti te potražnje za uslugama u tom sektoru. Među zemljama sa negativnim trendovima našla se u tom istraživanju i Hrvatska.

Ipak, Davor Bruketa, predsednik Hrvatske udruge reklamnih agencija (HURA), tvrdi da te procene, iako su pokazatelji loši, ne pokazuju stvarno stanje u sektoru. „I dalje beležimo porast ulaganja u oglašivanje, rastu prihodi i cene za tu vrstu usluga. Već dve godine rastemo, a razlog zbog kojeg je Hrvatska među zemljama koje beleže pad poverenja u političkom je smislu,“ smatra Bruketa.

Jedan od primera kako takav politički trenutak utiče na poslovno poverenje jeste Velika Britanija. Ta zemlja beleži najveći pad poverenja u martu, što je, smatraju u EACA-i, posledica neizvesnosti rezultata referenduma o ostanku ili izlasku iz Evropske unije. U hrvatskom slučaju pad poverenja Bruketa takođe pripisuje političkom trenutku u kojem se nalazi Hrvatska.

Početak godine Hrvatska je bila u rangu s Nemačkom, Rumunijom i Slovenijom, ali se već u martu našla u društvu zemalja sa malo nižim indeksom poslovnog poverenja kao što su Malta, Estonija i Portugalija.

Više informacija pročitajte na portalu Lidera.

Autor: Ivana Tarnaj