

PRIOPĆENJE ZA JAVNOST

Ublažen pad investicija u zakup medijskog prostora u hrvatskim medijima

Zagreb, 11. srpnja 2014. – Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje - HURA je objavilo podatke o investicijama u zakup medijskog prostora za 2013. Iako se pad ulaganja u i dalje nastavlja, u 2013. taj trend je ublažen te je ukupan utrošeni volumen na zakup oglasnog prostora u medijima u 2013. godini manji za 7% u odnosu na 2012. godinu.

Kao i prijašnjih godina najveći dio medijskog budžeta od 685 mio kuna, odnosno 50% je uložen u zakup medijskog prostora na televizijama, sa neznatnim padom u odnosu na 2012. Manji pad je zabilježen i u vanjskom oglašavanju gdje je volumen manji za 5 mio kuna u odnosu na prethodnu godinu. Najveći pad dogodio se u radijskom oglašavanju te iznosi 23%, dok je u tisku zabilježen pad od 14%. Dio budžeta za zakup medija je iz tiska prebačen u internet oglašavanje, što je povezano s promjenama u konzumaciji tih medija. U 2013. i dalje je nastavljen rast ulaganja u oglašavanje na internetu koje je zabilježilo rast od čak 19% u odnosu na 2012. Od utrošenih 107 mio kuna najveći dio investicija uložen je u display oglase, *search* i *social* medije.

U 2013. najveći rast ulaganja u zakup medijskog prostora ostvaren je sektoru trgovine, dok je značajan pad zabilježen kod robe široke potrošnje, hrane i automobilske industrije.

	2012	2013	2013 vs. 2012
TV	702	685	-2%
Radio	163	125	-23%
Tisak	384	330	-14%
Vanjsko oglašavanje	135	130	-4%
Internet	90	107	19%
Ostalo	12	11	-8%
TOTAL	1.486	1.388	-7%

iznosi u mio kn

AdEx (Advertising Expenditure) je pojam koji se odnosi na potrošnju u zakup medijskog prostora u primarnim komunikacijskim kanalima kao što su televizija, novine, magazini, radio, poster i internet. Podaci predstavljaju procjenu netto investicije u zakup medijskog prostora po tipu medija u milijunima kuna.

Podaci ne uključuju kreativu, produkciju i specijalne formate.

Primarni izvori podataka za procjenu su:

- MediaPuls (YpsosPuls)
- AGBNielsen
- FINA
- Medijske agencije HURA-e

###

Za više podataka molimo kontaktirati Rajnu Cuculić, mobitel: 091 20 19 506; Email: rajna.cuculic@mediacom.com

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje u svom sastavu okuplja društva za tržišno komuniciranje, a djeluje promičući i unapređujući zajedničke interese agencija članica s ciljem definicije i razvijanja najviših standarda profesionalne prakse oglašivačke i komunikacijske industrije. Trenutno u svom sastavu broji 31 članicu i zastupa preko polovine ukupnih marketinških budžeta u Hrvatskoj. HURA je članica EACA-e (European Association of Communications Agencies), a redovito surađuje sa srodnim organizacijama u Hrvatskoj i svijetu.