



# Izvozna ofenziva tržišnog komuniciranja

**Nema granica** Domaće agencije povećale prihode od izvoza za 78 posto, rade za Amerikance, EU, Bliski istok...



MARTA DUIĆ  
marta.duic@poslovni.hr

Prema izvještaju HURA-e, agencije članice zabilježile su u razdoblju od 2014. do 2017. ukupno povećanje prihoda od 26 posto, što ukazuje na snažni uzlet industrije

Agencije za tržišno komuniciranje, članice Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA), zabilježile su povećanje prihoda od pružanja usluga na inozemnom tržištu za 78 posto u razdoblju od 2014. do 2017. Prema podacima Poslovne Hrvatske, prihod agencija povećao se i tako dosegao 224.455.501 kunu u 2017. godini. Godinu ranije ta brojka bila je blizu 210 milijuna kuna, tijekom 2015. godine oko 140 milijuna kuna, a u 2014. oko 125 milijuna kuna. Poslovna Hrvatska pokazuje i kako ukupni prihodi agencija HURA-e rastu te su u 2017. godini izno-

sili oko 1,3 milijardu kuna, a prema posljednjem izvještaju HURA-e agencije članice zabilježile su ukupno povećanje prihoda od 26 posto za period od 2014. do 2017. godine.

"Navedeni podaci pokazatelj su rasta industrije, a domaće agencije pokazale su se dorasle izazovima globalnog tržišta. Rad na inozemnom tržištu dodatno osnažuje, kako financijski tako i iskustveno što je dragocjeno za razvoj i rast domaćih agencija. Na tom tragu HURA kontinuirano radi na dijeljenju znanja i iskustva među agencijama i time doprinosi njihovu uspjehu. Ovo

# 224

milijuna kuna

ukupni prihodi 39 agencija članica HURA-e



je samo jedan od pokazatelja koliki potencijal ima industrija tržišnog komuniciranja i koliko je njezin značaj za hrvatsko gospodarstvo", smatra Davor Bruketa, predsjednik HURA-e.

Kako kažu u udruženju, stalno ulaganje i učenje, adekvatan kadar, dijeljenje iskustava i praćenje svjetskih trendova doveli su do tih rezultata.

**Davor Bruketa,**  
aktualni  
predsjednik  
HURA-e

BORIS ŠČITAR/VL/  
PIXSELL

"Digitalne agencije su već duže vrijeme više okrenute izvozu jer u svijetu kronično nedostaje developera i UX/UI dizajnera pa je posljedično lakše bilo izvoziti u tom segmentu agencijskog posla. Rastu brojki pridružile su se i agencije koje djeluju u ostalim segmentima tržišnih komunikacija. Njihove usluge se izvoze



IZVOZ  
HRVATSKIH  
USLUGA I  
PROIZVODA  
I NATJE-  
CANJE SA  
SVIJEJOM  
KLJUČNI  
JE IZRAZ  
DOMOLJU-  
BLJA, KAŽE  
BRUKETA

na tržištima od Sjeverne Amerike, preko zapadne Europe pa sve do Bliskog istoka, tako da ne možemo govoriti o specifičnome ciljanom tržištu", objašnjava Bruketa.

Ukupno 39 agencija za tržišno komuniciranje članice su HURA-e, a među njima su i nagrađivane agencije kako na domaćem tako i na inozemnim tržištima.

"Postoje razni načini za uspjeh tržišnih komunikacija na stranim tržištima, od osvajanja globalnih nagrada do korištenja široke mreže koju čini hrvatska dijaspora. Postoji knjiga Adresar Hrvata izvan Republike Hrvatske u kojoj se mogu pronaći brojne hrvatske organizacije širom svijeta. Pomoć dijaspore često je put ulaska na neko strano tržište. Izvoz hrvatskih proizvoda i usluga, natjecanje s ljudima iz svijeta, u ovom je trenutku ključni izraz domoljublja, a trenutačni rezultati doprinose naše industrije nacionalnoj ekonomiji", poručuje Davor Bruketa. ♦