

## Agencije članice HURA-e u pandemijskoj 2020. godini očuvale zaposlenost i ostvarile prihode od 1,75 milijardi kuna

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA), vodeća strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj, koja okuplja neke od najboljih i najnagrađivanijih agencija (53) koje djeluju u Hrvatskoj, pripremila je **godišnju analizu poslovnih rezultata svojih članica**. O njihovom značaju za hrvatsku industriju i gospodarstvo govori i činjenica da **zastupaju čak tri četvrtine ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji**.

Unatoč neizvjesnosti 2020. godine, obustavljanju ulaganja i drastičnim financijskim gubicima s kojima su se susreli brojni sektori kojima upravo članice HURA-e pružaju svoje usluge, **ukupni prihodi agencija koje se bave tržišnim komuniciranjem i zakupom medija u kriznoj su 2020. godini iznosili 1,746 milijardi kuna**, pokazala je analiza u kojoj su korišteni javno dostupni podaci u bazi FINA-e (info.BIZ). U trenucima tržišnih previranja na svjetskoj razini, domaća je komunikacijska industrija pokazala snagu i stabilnost te važnost za cjelokupnu gospodarsku sliku zemlje.

U odnosu na prethodnu 2019. godinu, u 2020. godini dogodio se pad od 4,6 %. U kontekstu prihoda iz inozemstva, ukupni prihodi od izvoza u 2020. godini pali su za gotovo 10 % u odnosu na 2019. godinu. Naime, u 2019. godini izvozni prihodi agencija članica iznosili su visokih 358 milijuna kuna, dok su u 2020. godini iznosili nešto manje, odnosno **323 milijuna kuna prihoda iz inozemstva**. Ovim rezultatom domaće agencije pokazuju da su kvalitetom i kreativnošću svojih usluga itekako relevantna točka europske, ali i globalne karte.

---

### HURA U BROJKAMA: 2020. GODINA

**53** agencije članice

Ukupni prihodi HURA-inih članica: **1,746 milijardi kuna**

Prihodi iz inozemstva HURA-inih članica: **323 milijuna kuna**

Broj zaposlenih u HURA-inim agencijama: **1061**

---

Angela Buljan Šiber, predsjednica uprave HURA-e, izjavila je: *“Ponosna sam što naše članice pokazuju da, bez obzira na izazove na tržištu i unatoč padu prometa, čuvaju radna mjesta.”*

Podsjećamo, u 2020. su godini interna istraživanja prognoza članica pokazivala devastirajuće predikcije za poslovanje, a kao glavne poteškoće članice su isticale nesigurnost, otkazivanje suradnji i projekata te neophodnost hitnog osmišljavanja novih pristupa poslu. Da je većina članica ipak uspjela prilagoditi se, osmisliti nove usluge i optimizirati poslovanje najbolje pokazuju ostvareni ukupni rezultati, koji su bolji od predviđanja. Važno je istaknuti da su se tijekom godine događale fluktuacije u zapošljavanju, no agencije su poslovanje stabilizirale, oporavile su se od početnih udara i nastavile razvijati te su, gledajući cijelu godinu na razini industrije, uspješno očuvale ukupan broj radnih mjesta. Ovi podaci pokazuju stabilnost industrije i daju razlog za optimistične prognoze budućeg poslovanja.

Rezultate analize poslovanja agencija članica u 2020. godini komentirala je i izvršna direktorica HURA-e Dunja Ivana Ballon: *„Nakon prvog lockdowna i realni i javni sektor trudili su se potaknuti*

*potrošnju i vratiti optimizam potrošača. Koliko je marketing bitan za postizanje ovih ciljeva najbolje govori istraživanje Deloittea koje je pokazalo kako jedan euro uložen u oglašavanje generira sedam eura u BDP-u. U HURA-i uporno nismo slušali nestručna mišljenja ni apokaliptična predviđanja, nego smo radili najbolje što smo znali i umjeli te smo iz izuzetno teške godine izašli još povezaniji, s rekordne 53 članice, bez pada broja zaposlenih, bogatiji za dva nova kanska lava u Hrvatskoj i druga međunarodna priznanja, pridruženi [svjetskom agencijskom glasu VoxCommu](#) te osnaženi globalnom licencom za IAB Croatia.“*

HURA trenutno okuplja čak 53 agencije 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. HURA-ine članice uz pomoć brojnih aktivnosti HURA-e predstavljaju veliku snagu u podizanju razine kvalitete industrije, poboljšanju njezina ugleda u javnosti te postavljanju visokih standarda struke za sve pripadnike industrije.

\*\*\*

**Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA)** vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim [Facebook](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na [www.hura.hr](http://www.hura.hr).

---

Kontakt za medije: [barbara.tolic@hura.hr](mailto:barbara.tolic@hura.hr)