

Online oglašavanje u Hrvatskoj doseglo gotovo 90 milijuna eura

Rezultati IAB Croatia studije Online AdEx pokazuju da se ukupna vrijednost investicija u online oglašavanje u Hrvatskoj tijekom 2021. procjenjuje na više od pola milijarde kuna, tj. 89,970,000 eura, a na temelju prikupljenih podataka prognozira se nastavak rasta od gotovo 8 % u 2022. godini.

IAB Croatia predstavio je prvu hrvatsku procjenu investicije u online oglašavanje, IAB-ov Online Advertising Expenditure (AdEx), dugo iščekivanu procjenu struke – čime je hrvatsko digitalno tržište prvi put dobilo vrijedne podatke na temelju istraživanja profesionalne i neovisne organizacije kojoj je u fokusu razvoj digitalnog i interaktivnog marketinga, a okuplja ključne aktere na tržištu. Vodeći ekonomist IAB-a Europe Daniel Knapp sažeo je to na način da živimo u vremenima geopolitičkih nesigurnosti i potpune preobrazbe oglašivačke industrije, stoga su razumijevanje tržišta i predviđanje njegova razvoja IAB-ovim AdEx-om presudni za sve koji komuniciraju u digitalu.

ONLINE OGLAŠAVANJE U ZAMAHU

Hrvatsko tržište online oglašavanja prema istraživanju IAB Online AdEx kontinuirano raste, u skladu s globalnim trendovima. U 2021. godini vrijednost se procjenjuje na gotovo 90 milijuna, odnosno 89,970,000 eura, dok je očekivani rast u 2022. oko 8 %.

DOMAĆI IZDAVAČI DRŽE GOTOVO DVIJE TREĆINE DISPLAY OGLAŠAVANJA

Najveći udio u 2021. godini ostvaruje display oglašavanje (statični, animirani i videoformati) s 39 %, nakon čega s 19 % slijedi oglašavanje na tražilicama, kao i oglašavanje na društvenim mrežama. Procjenjuje se da će ti kanali nastaviti dominirati i u 2022. godini. Trećina ulaganja u display oglašavanje odnosi se na videoformate, a čak polovica display oglašavanja zakupljuje se programatski.

KORISNICI I OGLAŠIVAČI NAJVIŠE SU NA MOBILNIM UREĐAJIMA

U online oglašavanju dominira oglašavanje na mobilnim uređajima – dok je u 2021. udio mobilnog oglašavanja u ukupnom online oglašavanju iznosio 72 %, za 2022. predviđen je trend daljnjeg rasta i dominacije te će mobilno oglašavanje preuzeti 77 % ukupnog online oglašavanja. Zanimljiva je činjenica da čak 80 % korisnika konzumira videosadržaj na mobilnim uređajima, a predviđa se da će ta brojka narasti na 85 % u 2022.

DOMINACIJA GLOBALNIH PLATFORMI

U oglašavanju na društvenim mrežama vidljiva je dominacija kompanije Meta Inc: Facebook ima udio od 54 %, Instagram drži 39 %, dok sve ostale društvene mreže zajedno čine tek 7 % ukupnog social oglašavanja u RH. Procijenjena je tendencija rasta Instagrama u 2022. U videooglašavanju također dominiraju globalne platforme, gdje gotovo 60 % ulaganja odlazi na YouTube, a dodatnih 26 % odlazi na Facebook.

Kategorija Classifieds, koja se odnosi na objave individualnih oglasa korisnika, a koja jest dio IAB standarda, nije prikazana u ovom izvješću, no obuhvaćena je istraživanjem po kojem se vrijednost kategorije u 2021. godini procjenjuje na 15 mil. eura.

METODOLOGIJA

IAB-ova Online AdEx studija predstavlja globalni standard industrije i benchmark je za procjenu stanja struke. Radna je skupina na temelju procjena neto oglašavanja po pojedinim segmentima online oglašavanja koje su dostavile članice IAB-a Croatia s naglaskom na one s najboljim uvidom u lokalno tržište, javno dostupnih izvora podataka i ekspertize članova radne skupine definirala IAB Online AdEx, procjenu neto iznosa ukupnog volumena i strukture online oglašavanja u Hrvatskoj za 2021. godinu te očekivanja za 2022. godinu. Višenjesečni projekt dodatno je osnažila agencija za istraživanje tržišta Ipsos, koja je kao nepristrani partner radila na sintezi i analizi prikupljenih podataka.

IAB Online AdEx u ime IAB-a Croatia potpisuje radna skupina koju čine stručnjaci čije su razne perspektive i ekspertiza

pridonijeli kvalitetnoj izradi prvog hrvatskog IAB Online AdExa: **Vjeko Srednoselec** (dentsu **Croatia**), **Marijan Mihic** (Advans Adria), **Saša Milinović** (Omnicom Media Group) i **Boris Zatezalo** (Httpool).

*Kako bismo ubrzali razvoj tržišta digitalnog marketinga u Hrvatskoj, potrebno ga je prvo razumjeti. Istraživanje IAB AdEx značajno povećava naše razumijevanje najvažnijih platformi, najučinkovitijih kanala te generalni razvoj i trendove u digitalnom marketingu u Hrvatskoj. Ovo je važan početak za sve daljnje korake kojima će IAB **Croatia** unaprijediti digitalni marketing za sve sudionike – brendove, agencije i krajnje potrošače, izjavio je **Vjeko Srednoselec** (dentsu **Croatia**), član radne skupine za IAB **Croatia** Online AdEx.*

*Izvješće IAB Europe AdEx Benchmark pregled je stanja na europskom tržištu online oglašavanja, a ovo izvješće za Hrvatsku važno je jer sadrži važne brojke, uključujući veličinu tržišta, rast i ulaganja u online oglašavanje po kanalima i formatima, poručio je **Boris Zatezalo** (Httpool), član radne skupine za IAB **Croatia** Online AdEx. „Juzetno smo zadovoljni cijelim procesom i vjerujemo da će izvještaj biti konkretan prikaz hrvatskog digitalnog tržišta i jasna slika veličine digitala u hrvatskom oglašivačkom prostoru“, dodao je.*

*Procjena stvarne vrijednosti svakog oglašivačkog tržišta, a posebno tako sofisticiranog i podložnog stalnom tehnološkom razvoju i novim praksama kao što je online oglašavanje, ogroman je izazov za svakoga. Nema istraživačke metode koja može dati precizan odgovor, niti itko od stručnjaka ima dovoljnu širinu ekspertize i iskustva da samostalno može dati valjanu i kredibilnu procjenu, rekao je **Matej Sever** (Ipsos). Najbolje što svi zajedno možemo napraviti jest razmijeniti procjene, informacije i iskustva, zajednički iscrtati mapu našeg online oglašivačkog tržišta i očekivanja od budućnosti, kako bismo ga pomoću što pouzdanije mape mogli dalje razvijati, u interesu svih. Drago nam je što smo kao Ipsos mogli dati mali doprinos u tom izazovnom projektu.*

*Potreba za cjelovitim podacima te procjenom stanja na tržištu nevjerojatna je prilika za napredak cijelog digitalnog sektora i za hrvatsko tržište, koje postaje fleksibilnije, okretnije i – ono najvažnije – razvijenije, naglasila je **Dunja Ivana Ballon**, direktorica IAB-a **Croatia** i HURA-e, i dodala: Radna skupina, Ipsos i drugi članovi IAB-a **Croatia** koji su sudjelovali odradili su lavovski posao.*

PS/SM