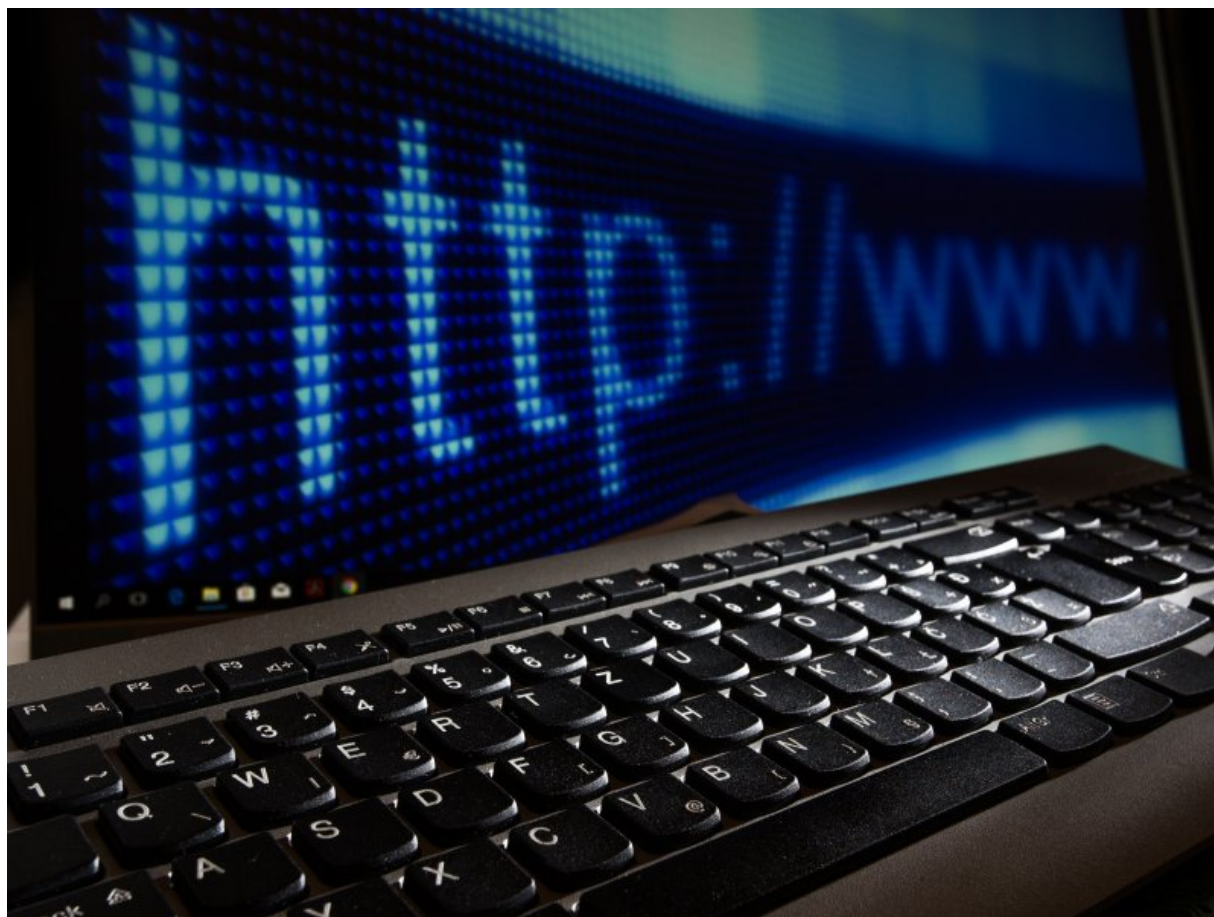




Rast europskog i hrvatskog tržište digitalnog marketinga u 2021.

Europsko tržište digitalnog marketinga poraslo je u 2021. za 30,5 posto u odnosu na godinu prije, na 92 milijarde eura, a sličan rast zabilježen je i u Hrvatskoj, na gotovo 90 milijuna eura, izvjestili su u utorak iz tržišnih organizacija IAB **Croatia** i **HURA**.

HURA je Hrvatska **udruga društava za tržišno komuniciranje**, a organizacija IAB **Croatia** ogranak IAB Europe, vodeće europske organizacije za digitalni marketing i marketinški ekosistem, koji je objavio "2021 Advertising Expenditure (AdEx) Benchmark Report" ili temeljnu procjenu investicija u online oglašavanje tijekom prošle godine za 28 europskih tržišta.

Taj izvještaj obuhvaća **digitalne formate i kanale** koji su doprinijeli godišnjem rastu digitalnog oglašavanja u 2021., pri čemu, kako ističu, rast predvode vide i audio formati.

U izvješću se navodi da se u procjenama investicija u online oglašavanje u Hrvatskoj došlo do iznosa od "više od pola milijarde kuna, tj. 89,97 milijuna eura". Dodaje se i da je na hrvatskom tržištu rast sličan europskom prosjeku, a u ovoj se godini očekuje nastavak rasta za otprilike 8 posto.

Među 28 **istraživanih europskih tržišta** u studiji IAB Europe, sedam ih je (zemlje zapadne te srednje i istočne Europe) poraslo i više od prosječnih 30,5 posto, dok se očekivao rast od 28,6 posto. Prosječni rast od 30,5 posto najveći je od 2008.

"Svi aspekti digitalnog oglašavanja profitirali su na blagodatima uspješne 2021., ali najviše oni formati i pristupi koji

omogućuju malim i srednjim tvrtkama e-commerce oglašavanje, storytelling baziran na videu i formate koji angažiraju nova ponašanja potrošača kao što su audio i gaming", naglasio je vodeći ekonomist IAB Europe koji stoji iza istraživanja **Daniel Knapp**.

Iznosi i podatke da **tzv. display oglašavanje** zauzima gotovo polovicu ukupne potrošnje, s godišnjim rastom od gotovo 35 posto, dok za video kaže da je bio ključan za rast i u vezi društvenih mreža i izvan njih sa porastom od 46,2 posto.

Digitalni audio format porastao je u 2021. za 50,7 posto, te je dostigao 700 milijuna eura vrijednosti u 2021., što čini 3 posto potrošnje display oglašavanja.

Tri europska vodeća tržišta po ulaganju u online oglašavanje su **Ujedinjeno Kraljevstvo**, Njemačka i Francuska, dok je europski prosjek potrošnje na digitalne oglase po stanovniku 115 eura, za čim, kako ističu, zaostaju neka velika tržišta poput Španjolske, gdje je ta potrošnja po stanovniku 92 eura, a u Poljskoj 38 eura.