



Hrvatske PR i komunikacijske agencije prošle godine uprihodile više od 300 milijuna eura

Ukupni prihodi agencija članica **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**, koje predstavljaju više od 80 posto ukupnih oglašivačkih



Ukupni prihodi agencija članica **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**, koje predstavljaju više od 80 posto ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji, u 2022. godini dosegli su gotovo 307 milijuna eura, što je porast od oko 3 posto u odnosu na 2021. godinu, navodi se u priopćenju. Rastom ukupnih prihoda prvi puta ikad na više od 300 milijuna eura, komunikacijske agencije potvrdile su značajnu tržišnu poziciju, pokazala je **HURA**-ina analiza u kojoj su korišteni javno dostupni podaci iz baze Digitalne komore i FINA-e (info.BIZ). **HURA** je vodeća strukovna **udruga** u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj i okuplja 61 agenciju, među kojima su najbolje i najnagrađivanije komunikacijske agencije na ovim prostorima. Nakon neizvjesne prve pandemijske godine i očekivanog rasta u 2021., rezultati za 2022. godinu ukazuju na stabilizaciju tržišta u cjelini te poslovnu pouzdanost agencijskih lidera u industriji. Poseban fokus **HURA**-inih članica još u pandemiji na očuvanje radnih mjesta, a samim time i kvalitete rada, urodio je plodom te je, nakon rasta od 2 posto u drugoj godini pandemije, u 2022. zabilježen rast broja zaposlenih od 7 posto – na ukupno 1364 zaposlenika, stoji u priopćenju. "Veseli nas povećanje broja zaposlenih u agencijama članicama **HURA-e**, koje su očito poželjni poslodavci kada u uvjetima sada već kroničnog nedostatka zaposlenika, pogotovo određenih stručnih profila, uspijevaju regrutirati nove kolegice i kolege. U tome sigurno pomaže i činjenica da **HURA** posebno njeguje stalna ulaganja u kvalitetu te svake godine zaposlenicima članica osigurava besplatan pristup edukacijama predavača iz cijeloga svijeta, rekla je Kristina Laco, članica Uprave **HURA-e** i direktorica Komunikacijskog ureda Colić, Laco i partneri. Uz osvajanje domaćih i



međunarodnih strukovnih nagrada, kao i pozive u najprestižnije žirije strukovnih natjecanja kao što su hvaljeni Cannes Lions te **Effie** Worldwide, domaće agencije dokazuju da su kvalitetom i kreativnošću svojih usluga sve relevantnija točka europske, ali i globalne karte. U ukupnim prihodima, rasli su i prihodi od izvoza, za oko 10 posto u odnosu na 2021. godinu te su dosegli razinu od gotovo 68 milijuna eura fakturiranih u inozemstvo. "Ponosna sam na uspjehe i zavidnu kvalitetu rada naših članova koji pokazuju da se Hrvatska može pohvaliti stručnjacima koji su u vrhu na ovim prostorima, ali traženi i izvan naših granica — a sjajno je vidjeti kako njihova kvaliteta predvodi i cijelu industriju, koja je u zamahu", poručila je Dunja Ivana Ballon, dugogodišnja izvršna direktorica **HURA**-e. O kontinuitetu rasta, osim impresivnih brojki koje iz godine u godinu postižu **HURA**-ini članovi i obaraju vlastite rekorde, govori i činjenica da se broj agencija članica **HURA**-e povećao za nevjerojatnih 45 % — danas čak 61 agenciju specijaliziranu za komunikacije u kreativnom, medijskom, PR, event ili digitalnom segmentu — te da je domaće tržište, zahvaljujući njihovoj inicijativi, bogatije i s aktivnostima prošle godine osnovanog IAB-a **Croatia**, domaće podružnice globalne organizacije za digitalni marketing, koja pak u Hrvatskoj već sada broji 92 tvrtke člana.