

## Predvodnici hrvatske industrije tržišnog komuniciranja okupili se u Rovinju uz razgovore o budućnosti

*Oni upravljaju s više od tri četvrtine ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji i odlučuju o budućnosti domaćega oglašavanja!*

Rezultati ostvareni tijekom prethodne godine i **budući pothvati industrije** samo su neke od tema kojima je bilo posvećeno svečano godišnje okupljanje CEO-a i management levela vodećih agencija za tržišne komunikacije, koje se u organizaciji Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) održalo 24. i 25. studenog 2022. u **Grand Park Hotelu Rovinj**.

Osim proslavljanja uspjeha i umrežavanja, **godišnje okupljanje domaćih komunikacijskih lidera** bilo je usmjereno i na **perpetuiranje pozitivnih rezultata u budućnosti**, u čemu itekako pomažu rezultati mjerenja koja ova udruga marketinških lidera potiče. **Anđela Buljan Šiber**, predsjednica Uprave HURA-e – koju uz nju i izvršnu direktoricu **Dunju Ivanu Ballon** čine **Vanja Bertalan, Rajna Cuculić, Jelena Fiškuš i Kristina Laco** – na svečanom je okupljanju u Rovinju poručila da, iako su brojke izvrsne, agencijski predvodnici i dalje moraju ustrajati na kvalitetnom i posvećenom radu za bolju industriju – ali i društvo.

Podsjetimo, agencije članice HURA-e, koje predstavljaju **tri četvrtine ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji**, u 2021. godini prihodovale su ukupno **2,2 milijarde kuna**, pokazao je pregled u kojem su korišteni javno dostupni podaci u bazi FINA-e (info.BIZ). U članstvu je okupljen rekordan broj od **čak 59 agencija** 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-u čine 404, Abeceda, Advans Adria, Arbona, Ascanius media, BBDO Zagreb, Bruketa&Žinić&Grey, CMG Croatia, CTA komunikacije, Degordian, Dentsu Aegis Network, DIVISION 4 VISION, EUROART93, Fabula, Fakat, Futura DDB, Hauska & Partner, Human, I to nije sve, Imago Ogilvy, Izone, Kofein, Komunikacijski laboratorij, Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri, Kontra digital, KPR, Libra, Lloyds digital, Luna&TOčka, Manjgura, McCann Zagreb, MediaCom Central Europe Zagreb, Millenium promocija, MMB Media Agentur, Nivas, OMD Media, Omega, Organizacija, Pepermint, Pragma, PRiredba, Pro Media group, Promosapiens, Publicis, Real grupa, RED agencija, Rinzol, S.T.A.R. Digital, SeekandHit, Spotstudio, Status grupa, Studio Nexus, Studio Sonda, Studio Šesnić & Turković, Tumpić/Prenc, Universal Media, Val Grupa, Younited Agency i ZOO agencija.*

Više informacija pronađite na [službenim stranicama HURA-e](#).

### Dodatne informacije o najnovijem istraživanju (uklapa se u tekst nakon drugog odlomka):

Naime, istraživanje koje **Ipsos** ove godine proveo na nacionalno reprezentativnom uzorku pokazalo je da su poslovi u tržišnim komunikacijama u velikom postotku viđeni kao **kreativni** (84 %), **stručni** (82 %), **odgovorni** (73 %), **društveno korisni** (63 %) te oni koji omogućavaju karijerni rast (73 %), ali su pritom shvaćeni ozbiljno kao teški (53 %) i stresni (62 %). Tipičnim predstavnicima industrije smatraju se **visokoobrazovane žene i muškarci u dobi između 21 i 40 godina**.

Dok 34 % ispitanika smatra da su oglasi negativni jer nameću mišljenje potrošačima, pokazala je Ipsosova analiza, **postojan je pozitivan stav iz istraživanja 2019. godine – za 61 % opće populacije oglasi su pozitivni** jer daju informacije o različitim proizvodima te korisnicima pomažu u odluci o odabiru za njih najboljih proizvoda.

\*\*\*

**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, regionalno natjecanje 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)