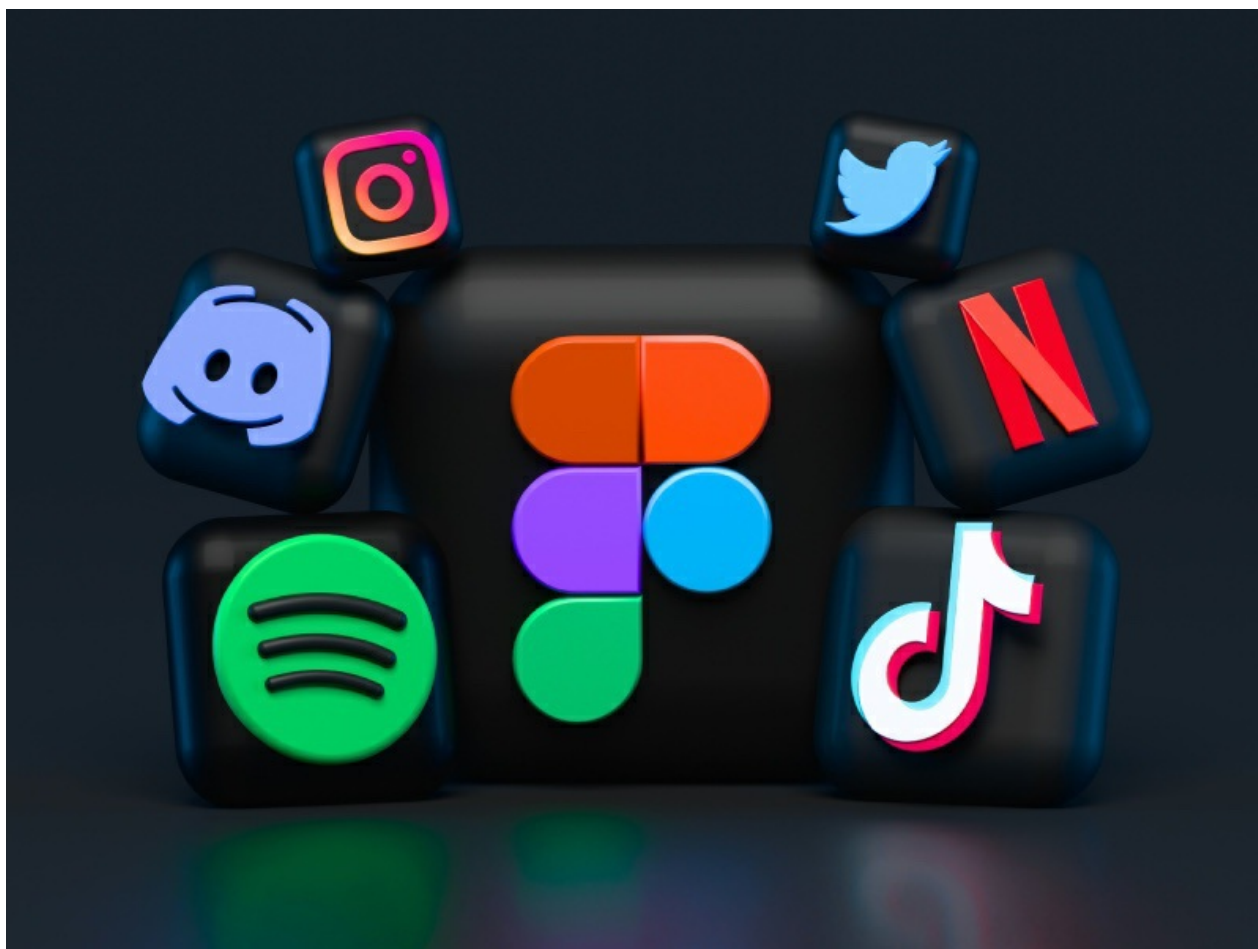




 poduzetnik.biz

IAB-a **Croatia**: Hrvatsko tržište online oglašavanja stabilno raste

Hrvatsko tržište online media oglašavanja prema istraživanju IAB Online Media AdEx kontinuirano raste, u skladu s globalnim trendovima.



Rezultati **IAB Croatia** studije Online Media AdEx pokazuju da se ukupna vrijednost investicija u online oglašavanje u Hrvatskoj tijekom 2023. procjenjuje na 133.000.000 eura, a na temelju prikupljenih podataka prognozira se nastavak rasta od čak 13% u 2024. godini. **IAB Croatia**, zajednica vodećih digitalnih stručnjaka u Hrvatskoj, treću je godinu predstavilo hrvatsku procjenu investicije u online oglašavanje, IAB-ov Online Media Advertising Expenditure (AdEx), dugo iščekivanu procjenu struke. Opsežno je istraživanje i ovom prilikom nastavljeno s globalno provjerenim metodama i stručnjacima, čime je hrvatsko tržište treći 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 prateći globalnu metodologiju. „Već treću godinu u IAB-u **Croatia** istražujemo domaće tržište, zbog čega imamo kontinuitet važnih podataka za cijelu industriju. Pomoću njih, pogotovo s obzirom na okolnosti u svijetu, s lakoćom se možemo staviti u europski kontekst, a još važnije, kvalitetnije planirati buduća ulaganja. Uvidi **IAB Croatia** Online Media AdEx-a stoga su iznimno dragocjeni, a u IAB-ovu razgovoru na **Danima komunikacija** imat ćemo priliku zajedno sve detaljno prokomentirati“, poručila je Rajna Cuculić (GroupM), članica Uprave **HURA**-e i IAB-a **Croatia**. Hrvatsko tržište online media oglašavanja prema istraživanju IAB Online Media AdEx kontinuirano



raste, u skladu s globalnim trendovima. U 2023. godini njegova se vrijednost procjenjuje na više od 133 milijuna eura, čime su nadmašene i ranije prognoze, te predstavlja porast od 21% u odnosu na 2022. godinu. Za 2024. godinu procijenjen je rast od 13%, čime domaći online sektor, kao važan čimbenik na europskoj karti, zauzima sve važniju poziciju. „2023. godina bila je zaista izazovna. Započeli smo godinu ulaskom u eurozonu, uz već prisutnu visoku inflaciju koja se itekako odrazila na digitalno oglašavanje. Već samo podizanje cijena, prvenstveno na globalnim platformama, utjecalo je na značajni rast investicija u oglašavanje. 2024. godinu gledamo optimistično, uz smirivanje inflacije i napredak tržišta u tehnološkom smislu i daljnjoj optimizaciji efikasnosti. Rastu investicija pogoduju izbori, kao i nogometno prvenstvo“, izjavio je Vjekoslav Srednoselec (dentsu Croatia), član radne skupine za IAB Croatia Online Media AdEx. Najveći udio u ukupnom iznosu, kao i prošle godine, u 2023. godini ostvaruje display oglašavanje (statični, animirani i videoformati) s 38%, nakon čega s 33% slijedi oglašavanje na društvenim mrežama, a potom oglašavanje na tražilicama s 19% udjela u ukupnoj investiciji. Procjenjuje se da ti kanali nastavljaju dominirati i u 2024. godini, a očekuje se i nastavak povećanog ulaganja u društvene mreže u 2024. – čak 20% više u odnosu na 2023. godinu. Čak 40% ulaganja u display odnosi se na videoformate, a 62% display oglašavanja zakupljuje se programatski. Nastavljajući se na trend ranijih godina, oglašavanje na mobilnim uređajima nastavlja rasti te u 2023. čini visokih 78% display oglašavanja. Većina videooglašavanja odvija se na mobilnim uređajima (84%), dok se 16% videooglašavanja prikazuje korisnicima desktop uređaja. U oglašavanju na društvenim mrežama postojana je dominacija kompanije Meta Inc: Facebook je u 2023. godini bio zastupljen s 56,3%, nešto manje u odnosu na udio u 2022. godini, dok Instagram postojano raste s 41%. Ostale mreže, među kojima su najzastupljeniji LinkedIn (0,5%) i Snapchat (1,1%), sve zajedno čine manje od 3% udjela u oglašavanju na društvenim mrežama, što je manji udio u odnosu na 2022. godinu. Globalne platforme u vodstvu su i kada je riječ o videooglašavanju: 54% ulaganja odlazi na YouTube, a 27% na Facebook. Novost je da bi TikTok uskoro trebao započeti s oglašavanjem na hrvatskom tržištu, što će dodatno utjecati na visinu ulaganja u društvene mreže te, još važnije, na strukturu investicija. „Vrlo je izgledno da će Tik Tok omogućiti oglašavanje za Hrvatsku te bi se samim time volumen oglašavanja sasvim sigurno povećao, kako u 2024. tako i većim dijelom u 2025. U narednim tjednima očekuju se detaljnije informacije te bismo uskoro trebali saznati više“, pojasnio je Boris Zatezalo (Aleph), član radne skupine za IAB Croatia Online Media AdEx. 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 2023. godini procjenjuje na dodatnih 16 milijuna eura, što je iznos jednak onom u 2022. godini. Dunja Ivana Ballon, direktorica IAB-a Croatia i HURA-e, naglasila je: „IAB-ova Online Media AdEx godišnja studija predstavlja globalni standard industrije i benchmark je za procjenu stanja struke u cijelom svijetu. IAB-ovi članovi u Hrvatskoj i radna skupina IAB-ovih stručnjaka već treću godinu obavljaju sjajan posao, a s obzirom na rezultate i predviđanja za 2024., ako je itko uopće sumnjao, sada sa sigurnošću može potvrditi da je budućnost digitalna.“ 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 Media AdEx, procjenu neto iznosa ukupnog volumena i strukture online oglašavanja u Hrvatskoj za 2023. godinu te očekivanja za 2024. godinu. Višemjesečni projekt dodatno je osnažila agencija za istraživanje tržišta Ipsos, koja je kao nepristrani partner radila na sintezi i analizi prikupljenih podataka. Pristup cjelovitim podacima IAB Online Media AdExa imaju isključivo članovi IAB-a Croatia, a više o ostalim prednostima članstva te aktivnostima IAB-a Croatia saznajte na www.iab-croatia.com. Pretplati se