

## IAB-ova analiza: Digitalno oglašavanje u Europi doseglo rekordnih 96,9 milijardi eura u 2023. godini

*Europsko tržište digitalnog oglašavanja u prošloj je godini poraslo za 11,1% i sada je doseglo 96,9 milijardi eura.*

IAB Europe, vodeća europska organizacija za digitalni marketing i marketinški ekosistem čiji je hrvatski ogranak IAB Croatia, objavio je 2023 Advertising Expenditure (AdEx) Benchmark Report – temeljnu procjenu investicije u online oglašavanje tijekom prošle godine za vodećih 29 europskih tržišta. Izvještaj obuhvaća digitalne formate i kanale koji su doprinijeli godišnjem rastu digitalnog oglašavanja od 11,1% u 2023. godini, što je kulminiralo **ukupnom tržišnom vrijednošću od 96,9 milijardi eura**.

*„Europski AdEx ne donosi samo iznimno važne uvide u tržišno kretanje već svim dionicima industrije omogućava i širu sliku pozicije hrvatskog tržišta. Unatoč ekonomskim i geopolitičkim izazovima, digitalno oglašavanje u Europi pokazalo je izvanrednu otpornost i rast, što nas kao digitalnu zajednicu u sponu itekako ohrabruje i pokazuje konkretan poslovni smjer“,* poručila je **Rajna Cuculić** (GroupM), članica Uprave IAB-a Croatia i HURA-e.

### **Kontinuirani rast ulaganja u digitalno oglašavanje obilježio 2023.**

Iako je američko tržište 2,5 puta veće od europskog, **Europa je zabilježila stopu rasta od 11,1%** na godišnjoj razini u usporedbi sa stopom rasta američkoga tržišta od 7,3%. Oglašavanje na društvenim mrežama **poraslo je za 18,2%**, nadmašivši rast display oglasa od 12,7%. Videooglašavanje također je odigralo ključnu ulogu u rastu displayja, povećavši se za 20,9% u 2023. godini. Video je i izvan društvenih mreža zabilježio značajno povećanje od 15%.

### **Hrvatsko ulaganje u digital prati europske trendove**

*„Pozitivna je vijest vidjeti značajan rast diljem europskih tržišta. Čak su i neka zrelija tržišta poput UK-a zabilježila dvoznamenkasti rast. Međutim, slika se mijenja kada apliciramo tržišnu inflaciju, koja je značajno utjecala na rast ulaganja u digitalne medije, pa tako i u Hrvatskoj. Također, očekujemo usporavanje rasta, kako u Hrvatskoj tako i Europi. U Hrvatskoj je zabilježen rast displayja, ali važno je znati da je većim dijelom taj rast pogonjen povećanjem i budžeta i cijena oglašavanja na društvenim mrežama (ponajviše na platformama Mete), kao i inflacijom cijena oglašavanja na YouTubeu. U oba slučaja, najveći rast je zabilježen na videoformatima“,* izjavio je **Vjeko Srednoselec** (dentsu Croatia), član radne skupine za IAB Croatia Online AdEx, te pojasnio:

*„Oglašavanje na tražilicama također bilježi snažan rast, ponajprije radi rasta cijena oglašavanja. Potencijal postoji u razvoju ovog tržišta prema tzv. Retail media platformama, čime se otvara dodatan inventar i nešto drugačiji pristup u odnosu na tradicionalni pristup oglašavanju na tražilicama. Poprilično zaostajemo za prosjekom Europe u nekim segmentima, poput digitalnog audio oglašavanja. Međutim, u Hrvatskoj tu je ponajprije problem relativno niskog dosega digitalnih audioplatformi, uz još vrlo snažne klasične radiopostaje.“*

## Digitalni audio jedan od najbrže rastućih formata

Studija pokazuje da oglašavanje na društvenim mrežama ponovno pojačano napreduje sa stopom rasta od 18,2%. Audioformati također su nastavili impresivan uspon, zabilježivši porast od 23,1%, pri čemu su podcasti s 32,5% porasta u potrošnji na digitalni zvuk bili ključni za povećanje ukupne potrošnje na digitalni audio. Connected TV (CTV) porastao je za 23,5%, a programatsko oglašavanje i dalje drži 51,9% ukupnog display oglašavanja.

*„Fokusirane analize pokazuju nam kontinuiran rast, a razdoblje pred nama donosi još veću kvalitetu, niz inovacija i još veći značaj digitalne zajednice za gospodarsku sliku“,* poručila je **Dunja Ivana Ballon**, izvršna direktorica IAB-a Croatia.

*„Unatoč oprezu, dolazi do sve većeg prepoznavanja potrebe za kontinuiranom potrošnjom: brendovi su nastojali obnoviti svoju prisutnost i zadržati udio prepoznatljivosti na tržištu. U ovom razdoblju dolazi i do povratka novih tvrtki i malih i srednjih poduzeća koja ulaze na tržište. Tvrtke su se transformirale kako bi većim dijelom postale digitalne, a oglašavanje je evoluiralo od skrivene funkcije do sastavnog dijela ukupnih marketinških strategija, pomažući potaknuti rast u 2023. kojem svjedočimo“,* pojasnio je **Daniel Knapp**, glavni ekonomist IAB-a Europe.

**Cijeli izvještaj o europskom tržištu dostupan je na poveznici.** Vrijedan će izvor podataka za sve aktere hrvatskoga tržišta biti i komplementarni dokument IAB-ova Online Advertising Expenditurea (AdEx-a), kojom hrvatsko digitalno tržište treću godinu zaredom dobiva vrijedne podatke na temelju istraživanja profesionalne i neovisne organizacije kojoj je u fokusu razvoj digitalnog i interaktivnog marketinga, a okuplja sve perspektive – od oglašivača do agencija i medija te drugih aktera na tržištu.

Rezultati IAB-a Europe još jednom potvrđuju kvalitetu i pouzdanost hrvatskog ogranka ove čelne europske digitalne organizacije jer su još jednom uspješno postavili benchmark za procjenu stanja struke. IAB Croatia treću je godinu zaredom objavio procjenu investicije u online oglašavanje u Hrvatskoj za prethodnu godinu te se na temelju podataka prognozira nastavak rasta u 2024. od gotovo 13%.

Sažetak istraživanja o hrvatskom tržištu dostupan je na službenim stranicama **IAB-a Croatia.**

\*\*\*

**Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia** kolektivni je predstavnik i ambasador industrije interaktivnog marketinga i velike svjetske organizacije IAB Global Network u Hrvatskoj. Djelovanjem unutar Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e), povezuje najvažnije aktere angažirane u rastu interaktivnog marketinga i inzistira na najvišem standardu, a hrvatsko je tržište ovom akvizicijom postalo bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

Više informacija pronađite na [www.iab-croatia.com](http://www.iab-croatia.com) te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).

---

Kontakt za medije: [barbara.tolic@hura.hr](mailto:barbara.tolic@hura.hr)