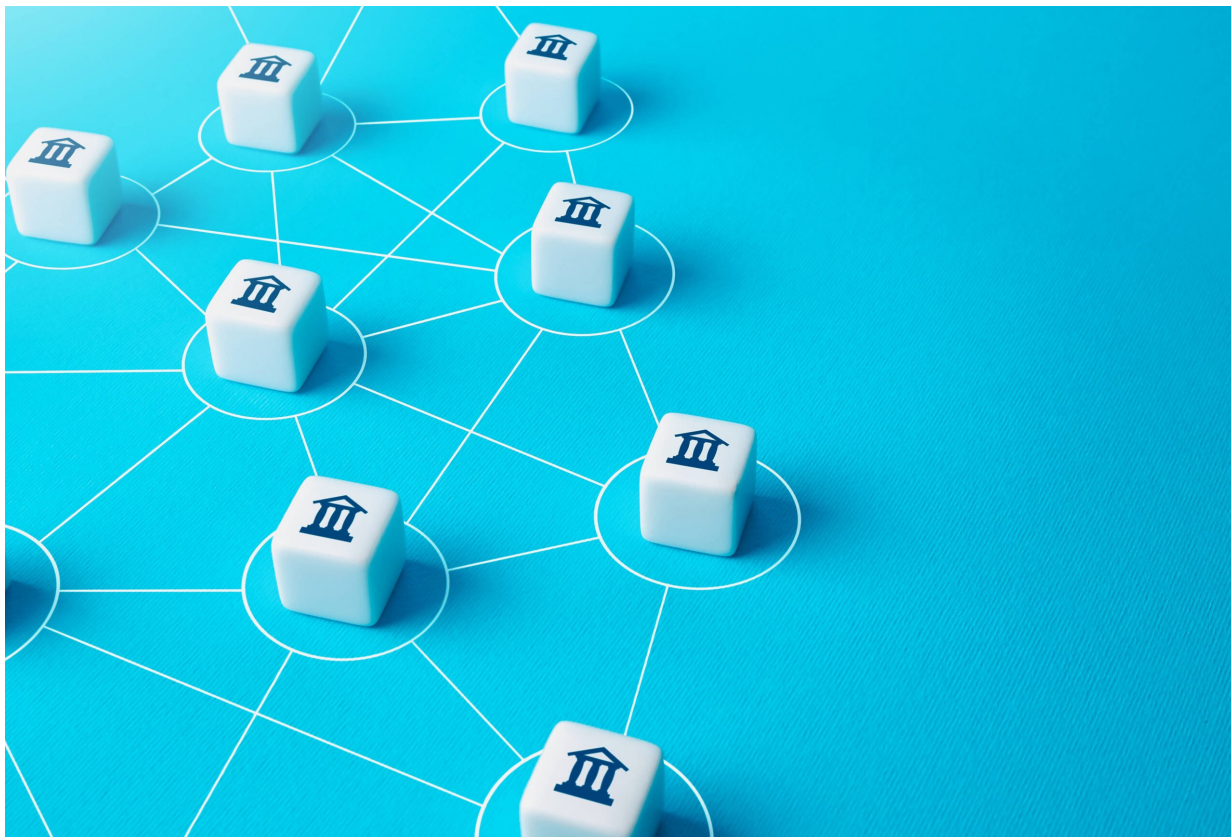


F forbes.dnevnik.hr

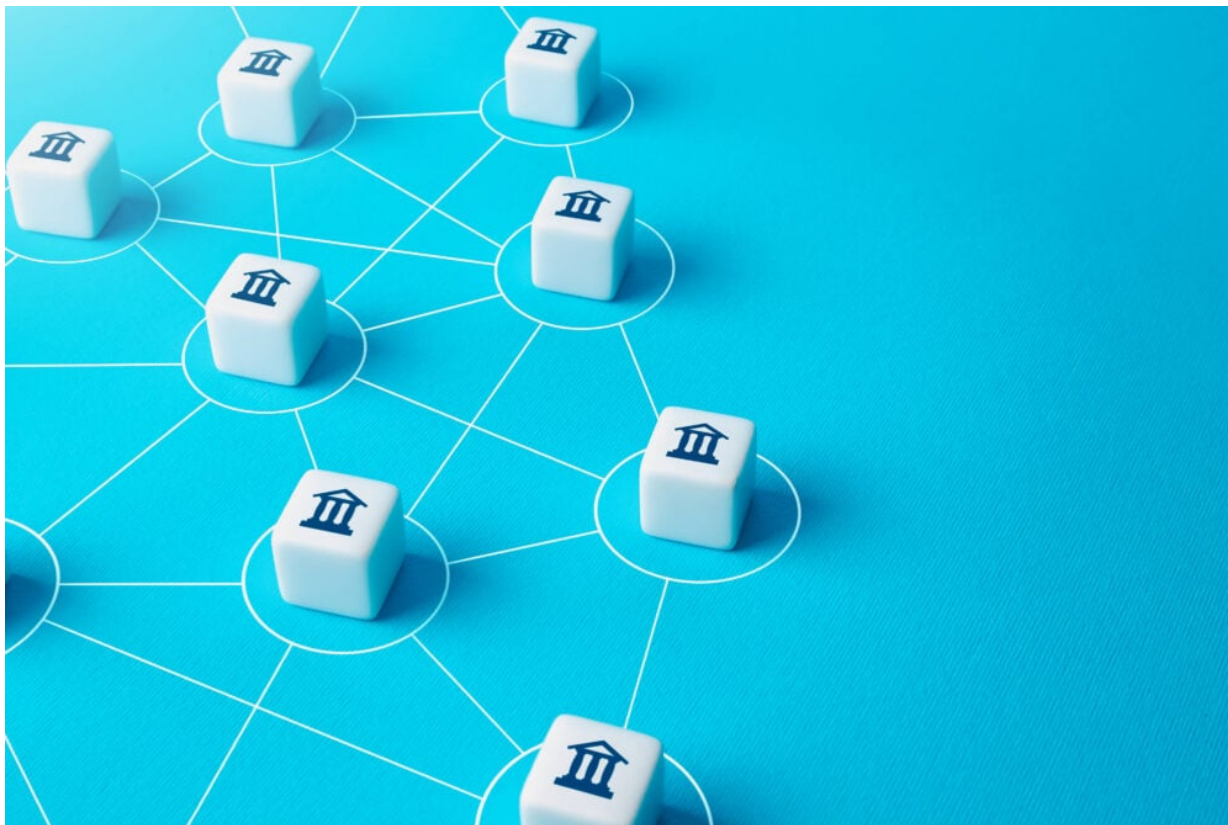


Komunikacijske agencije lani povećale prihode za 15 posto

[Aktualno](#)



[Forbes Hrvatska](#) 21. lis 2025. 14:49



Članice **HURA**-e prošle su 2024. zapošljavale ukupno 1.381 osobu ili 4,1 posto više nego u godini prije 2023.; Foto: Guliver Image

21. lis 2025. 14:49

Komunikacijske agencije u Hrvatskoj, članice nacionalne udruge HURA, u prošloj su godini povećale prihode za 15 posto u odnosu na godinu prije, ostvarivši ukupno gotovo 400 milijuna eura, od čega 75,7 milijuna eura od izvoza usluga u inozemstvo, izvijestili su u utorak iz HURA-e.

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) broji 62 članice, koje pokrivaju najveći dio oglašivačkog tržišta u Hrvatskoj i raspolazu većinom ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji, djelujući na području komunikacijskog savjetovanja, oglašavanja, odnosa s javnošću, zakupa medija, digitalnih komunikacija i drugih srodnih usluga, ističu iz te udruge.

Podatke o njihovom ukupnom prihodu u 2024. **HURA** je obradila iz baze Digitalne komore i Fine, a za lanjske rezultate iz te udruge komentiraju da "ukazuju na stabilan razvoj industrije te njezinu važnu ulogu u domaćem gospodarstvu". Naglašavaju i da su uz stabilne prihode na domaćem tržištu članice **HURA**-e lani ostvarile i značajan prihod iz inozemstva, odnosno 75,7 milijuna eura prihoda fakturirano je na međunarodnim tržištima, što je i porast od 10,4 posto u odnosu na godinu prije.



[Aktualno](#)
[Forbes Hrvatska](#)



[Aktualno](#)
[Forbes Hrvatska](#)

Članice HURA-e prošle su 2024. zapošljavale ukupno 1.381 osobu ili 4,1 posto više nego u godini prije 2023.

“Poticajni podaci prije svega svjedoče o stabilnosti naše industrije, ali, što je još važnije, pokazuju nevjerojatnu količinu talenta, strasti i kreativne tvrdoglavosti koji stoje iza svake brojke. Dokaz su da se ulaganje u ideje itekako isplati – ne samo nama već i našim klijentima i cijelom gospodarstvu. Ono što često započinje kao nečija hrabra ideja, skica ili rečenica izgovorena na sastanku, pretvara se u realnu vrijednost koja, potkrijepljena kontinuiranim zajedničkim radom, promocijama i edukacijama u HURA-i, sve više prodiere i na svjetska tržišta”, izjavila je Jelena Fiškuš, predsjednica Uprave HURA-e te kreativna direktorica i suosnivačica Studija Sonda.

Iz HURA-e poručuju da agencije-članice planiraju i dalje ulagati u razvoj industrije, s fokusom na optimizaciju internih procesa, razvoj inovativnih usluga i edukaciju.