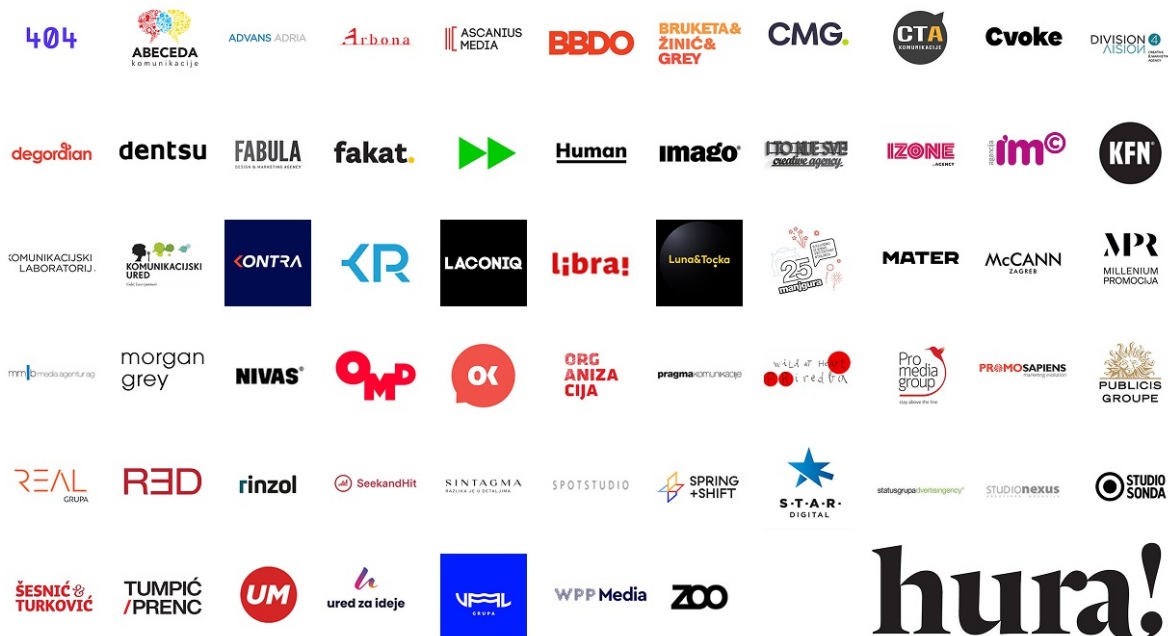




Komunikacijske agencije članice **HURA**-e prošle godine rasle 15 posto, na gotovo 400 milijuna eura prihoda

Ukupni prihodi 62 agencije članice **HURA**-e, koje pokrivaju najveći dio oglašivačkog tržišta u Hrvatskoj, dosegli su gotovo 400 milijuna eura, od čega je čak 75,7 milijuna eura prihod od izvoza usluga u inozemstvo.

Agencije okupljene unutar **Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)**, koje raspolažu većinom ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji, u 2024. godini ostvarile su ukupne prihode u visini od 397,7 milijuna eura. Prema podacima iz baze Digitalne komore i FINA-e (info.BIZ), koje je analizirala **HURA**, riječ je o porastu od gotovo 15 posto u odnosu na prethodnu godinu. Ovi rezultati ukazuju na stabilan razvoj industrije te njezinu važnu ulogu u domaćem gospodarstvu.

HURA okuplja ukupno 62 agencije koje djeluju na području komunikacijskog savjetovanja, oglašavanja, odnosa s javnošću, zakupa medija, digitalnih komunikacija i drugih srodnih usluga.

Uz stabilne prihode na domaćem tržištu, članice **HURA**-e ostvarile su i značajan prihod iz inozemstva – 75,7 milijuna eura fakturirano je na međunarodnim tržištima, što je ujedno povećanje od 10,4 posto u odnosu na 2023. godinu. Ova brojka potvrđuje hrvatsku konkurentnost na europskoj i svjetskoj razini, što dodatno dokazuju nagrade poput Cannes Lionsa i angažman predstavnika hrvatskih agencija u međunarodnim žirijima – gdje su već godinama prvi, a često i jedini predstavnici iz regije.

„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 prodira i na svjetska tržišta“, izjavila je **Jelena Fiškuš**, predsjednica Uprave **HURA**-e te kreativna direktorica i suosnivačica Studija Sonda.

Prema FINA-inim podacima, članice **HURA-e** tijekom 2024. zapošljavale su ukupno 1381 osobu, što je rast od 4,1 posto u odnosu na 2023. godinu. Ovaj podatak izraz je stabilnosti tržišta rada unutar sektora i naglašava važnost komunikacijske industrije kao pouzdanog poslodavca koji pridonosi jačanju domaće ekonomije.

„Rast ukupnih prihoda od 15 posto u godini u kojoj je Hrvatska imala jednu od najviših stopa inflacije u eurozoni, uz snažan porast troškova poslovanja i rast troškova plaća po stopi koja je u prosjeku veća od stope rasta prihoda, pokazuje iznimnu otpornost naše industrije. I u takvom okruženju nismo izgubili ono što nam osigurava dugoročnu opstojnost – profesionalnost, kreativnost i sposobnost da iz pritiska stvaramo vrijednost. Prošle smo godine još jednom dokazali da, čak i između čekića i nakovnja, kao industrija radimo dobar posao. Izvozimo kreativnost i znanje, zapošljavamo, konkurentni smo poslodavci i guramo naprijed i kada vjetar puše u prsa. Svi zajedno imamo razloga biti ponosni na to“, izjavila je **Kristina Laco**, članica Uprave **HURA-e** i direktorica Komunikacijskog ureda Colić, Laco i partneri.

Agencije članice **HURA-e** i dalje planiraju ulagati u razvoj industrije, s fokusom na optimizaciju internih procesa, razvoj inovativnih usluga i edukaciju zaposlenika. Cilj je dodatno povećanje konkurentnosti te daljnji doprinos hrvatskom gospodarstvu.

„Iz godine u godinu rezultati naših agencija članica bilježe rast i postaju sve bolji. To nije slučajno, nego je rezultat kontinuiranih napora, učenja i zajedničke ambicije da podižemo standarde – želeći da ovo tržište bude još bolje i kvalitetnije za sve“, istaknula je **Dunja Ivana Ballon**, izvršna direktorica **HURA-e**.

Rezultati i kontinuirane inicijative članica **HURA-e** pokazuju da komunikacijska industrija ima važnu transformacijsku ulogu u razvoju tržišta. Aktivnosti agencija članica i aktivnosti struke na tržištu, poput festivala **Dani komunikacija**, razvoj **IAB-a Croatia** te suradnje s domaćim i međunarodnim partnerima, podižu industrijske standarde i osiguravaju temelje za daljnji napredak.