



01. svibnja 16:05:00

## Temu i Shein pomiješali karte na hrvatskome digitalnom tržištu

Valentina Starčević

*Ulaganja u digitalno oglašavanje rasla su lani brže nego što se očekivalo, ali zlatna era dvoznamenkastih skokova bliži se kraju*

Temu i Shein pomiješali karte na hrvatskome digitalnom tržištu

Ulaganja u digitalno oglašavanje rasla su lani brže nego što se očekivalo, ali zlatna era dvoznamenkastih skokova bliži se kraju

Podaci istraživanja **IAB-a Croatia** 'Online Media AdEx' za 2025. govore o tome da se ukupna vrijednost ulaganja u *online* oglašavanje u Hrvatskoj procjenjuje na 190,9 milijuna eura, što je 22,9 posto više u odnosu na godinu prije. Prema istraživanju, očekuje se ove godine daljnji rast ulaganja, koja bi trebala dosegnuti 202,8 milijuna eura.

Najveći udio u lanjskome oglašavanju, približno 63 milijuna eura, pripada displeju, a onda društvenim mrežama – oko 60 milijuna eura. Njihov se rast nastavlja, ali najveće pomake bilježe oglašavanje na tražilicama, s više od 47 milijuna eura, i influencerski marketing – s više od deset milijuna eura ulaganja.

BESPLATNO nastavite čitati ovaj članak

Registrirajte se bez troškova i otvorite vrata Liderova sadržaja. Prvih 5 zaključanih članaka vam poklanjamo svaki mjesec.

Valentina Starčević