financije.hr, 13.11.2026.

Evidencijski broj / Article ID: 28602735
Naslov / Title: HURA: Komunikacijske agencije ostvarile gotovo 400 milijuna eura prihoda
URL: Originalni članak
OTS: 688

financije.hr
13. studenog 13:28:00

HURA: Komunikacijske agencije ostvarile gotovo 400 milijuna eura prihoda

Redakcija Financije.hr

> *Članice Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje HURA u 2025. su ostvarile gotovo 400 milijuna eura ukupnih prihoda, što je na razini godine prije, dok je izvoz porastao za 14,3 posto, na...*



Članice Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje HURA u 2025. su ostvarile gotovo 400 milijuna eura ukupnih prihoda, što je na razini godine prije, dok je izvoz porastao za 14,3 posto, na 81,7 milijuna eura, izvijestili su u petak iz te udruge.

HURA okuplja 66 agencija članica koje pokrivaju najveći dio oglašivačkog tržišta u Hrvatskoj i raspolažu većinom ukupnih oglašivačkih budžeta u zemlji, a poslovanje članica analizira prema podacima iz baze Digitalne komore i Fine.

Za ostvarene ukupne prihode u 2025. iz HURA-e ističu da su potvrdili stabilnost domaće komunikacijske industrije, dok za izvoz kažu da je rekordan i ponovo, nakon 2024. godine, s dvoznamenkastim rastom.

Broj zaposlenih u agencijama članicama u 2025. je u odnosu na prethodnu 2024. ostao gotovo nepromijenjen, prenosi Hina.

Predsjednica uprave udruge HURA Jelena Fikuš komentirala je da je zadržavanje razine prihoda uz gospodarske neizvjesnosti i geopolitičke izazove, koji se odražavaju i na to tržište, pozitivan ishod.

Pročitajte još:

- Godišnji prihod članica HURA-e premašio 300 milijuna eura

financije.hr, 13.11.2026.

Evidencijski broj / Article ID: 28602735
Naslov / Title: HURA: Komunikacijske agencije ostvarile gotovo 400 milijuna eura prihoda
URL: Originalni članak
OTS: 688

- Prihodi i dobit Applea u trećem tromjesečju nadmašili očekivanja
- Prihodi Arena Hospitality Groupa rastu, hrvatsko tržište glavni pokretač

"Upravo u takvim okolnostima važno je biti hrabar, imati jasnu viziju od koje se ne odstupa te očuvati kontinuitet ulaganja u marketing i komunikaciju, jer su ključni za konkurentnost, povjerenje potrošača i budući rast. **Uštede na ulaganjima u marketing i kulturu nikada se povijesno nisu pokazale dugoročno isplativim te bih potaknula na strategije i planiranja budžeta koji će dovesti do daljnjeg razvoja snažnih brendova i uspješnog rasta tržišta", poručuje Fikuš.**

HURA će i u narednom razdoblju nastaviti s aktivnostima usmjerenima na razvoj tržišta, podizanje profesionalnih standarda, edukaciju i razmjenu znanja te jačanje međunarodne konkurentnosti domaćih agencija.

Redakcija Financije.hr