

Oglašivačko tržište doseglo 400 milijuna eura

ZAGREB – Hrvatsko oglašivačko tržište prošle je godine doseglo vrijednost od 391 milijun eura bruto investicija, što je 8 posto više nego u godini prije, a kako je to tržište jedno od najbrže rastućih u zadnjih pet godina u hrvatskom gospodarstvu, očekuje se da će oglašivačka industrija u Hrvatskoj u ovoj godini premašiti 400 milijuna eura vrijednosti. Procjene podataka o rastu i vrijednosti hrvatskog tržišta oglašivanja u 2003. izradila je tvrtka za istraživanje tržišta MediaNet.

Prema visini ulaganja najviše su se oglašavale telekomunikacijske tvrtke – VIPnet, koji je na oglašavanje prošle godine utrošio 19,6 milijuna eura, što je udio od 5,34 posto na ukupnom oglašivačkom tržištu, te Hrvatski telekom (HT) sa 19,4 milijuna eura, što je udio od 5,29 posto.

U reklamiranju i oglašavanju slijedi kemijska industrija, odnosno tvrtke Beiersdorf, P&G, Johnson's i Benckiser, koje se s ukupno 44,62 milijuna eura investicija nalaze od trećeg do šestog mjesta na toj rang listi.

Coca Cola je sa 8,6 milijuna eura sedma, Zagrebačka pivovara sa 6,3 milijuna eura je na osmom mjestu, Autocommerce sa 6,15 milijuna eura na devetom, dok je na desetom mjestu Henkel sa 6,1 milijunom eura.

S obzirom na medije najviše se oglašavalo, 60 posto, na televizijskim postajama u Hrvatskoj, dok je udjel tiskanih medija 27 posto. (Hina)