AKTUALNO

Kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj rastu: prihodi dosegnuli 3,9 milijardi eura

Autor: croatis.ch **Datum:** 1. listopada 2026.

Prihodi kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj porasli su za 60 posto od 2021. do 2025. godine i dosegnuli 3,9 milijardi eura. U istom je razdoblju dobit sektora porasla za 46,3 posto, na 298 milijuna eura, pokazuju podaci Hrvatske gospodarske komore.

Podaci su predstavljeni povodom konferencije “CROATIVA – Outside the Box”, održane 29. rujna u Zagrebu u organizaciji Hrvatske gospodarske komore (HGK). HGK navodi da kulturne i kreativne industrije posljednjih godina bilježe snažan rast te da njihov gospodarski značaj sve više prelazi granice tradicionalnog poimanja kulture.

Kada se govori o kreativnim industrijama, riječ je o prilično širokom krugu djelatnosti. Tu pripadaju arhitektura, dizajn, film, fotografija, glazba i izvedbene umjetnosti, izdavaštvo, muzeji, oglašavanje i tržišno komuniciranje, elektronički mediji, računalne igre i novi mediji, umjetnost te različiti oblici zanata.

Upravo je širina sektora jedan od razloga zbog kojih ga više nije jednostavno promatrati samo kroz kulturu. Dizajn ulazi u razvoj proizvoda, kreativne i komunikacijske usluge u izgradnju brendova, a tehnologija otvara prostor za potpuno nove proizvode i poslovne modele.

Od 2,4 do 3,9 milijardi eura u četiri godine

Rast od 60 posto između 2021. i 2025. znači da su prihodi kulturnih i kreativnih industrija u samo četiri godine stigli do 3,9 milijardi eura. Dobit je u istom razdoblju povećana za 46,3 posto, na 298 milijuna eura. HGK navodi i da sektor ostvaruje 3,4 posto ukupne bruto dodane vrijednosti hrvatskog gospodarstva, nešto više od prosjeka 27 država članica Europske unije.

Na razini Europske unije kulturne i kreativne industrije, prema podacima koje prenosi HGK, godišnje ostvaruju više od 500 milijardi eura prihoda.

Za Hrvatsku je zato zanimljivo pitanje što dolazi nakon ovakvog rasta. Sam rast prihoda govori da tržište postoji, ali daljnji razvoj ovisit će i o tome koliko će se kreativne djelatnosti uspjeti povezati s drugim sektorima, kapitalom, tehnologijom i međunarodnim tržištima.

Zamjenik predsjednika HGK-a Tomislav Radoš upravo u snažnijem povezivanju s drugim dijelovima gospodarstva vidi prostor za daljnji rast. Prema njegovu tumačenju, spoj kreativnosti, znanja i tehnologije otvara mogućnost razvoja proizvoda i usluga s većom dodanom vrijednošću.

Kreativnost nije samo pitanje komunikacije

Jedna od zanimljivijih poruka konferencije odnosila se upravo na ulogu kreativnosti unutar poslovanja.

Kreativni direktor i vlasnik Bruketa& Davor Bruketa rekao je:

“Kreativne industrije mogu biti važan dio hrvatske konkurentnosti, ali samo ako ih uključujemo u stvaranje vrijednosti, a ne tek u njezino komuniciranje.”

A razlika nije nevažna. Dizajn ambalaže ili oglašavanje proizvoda jedan su dio kreativnog rada, ali kreativne kompetencije danas sudjeluju i u samom nastanku proizvoda, digitalnih usluga, korisničkog iskustva i poslovnog modela.

Konferencija je zato okupila ljude iz različitih područja, od dizajna, kulture i arhitekture do tehnologije, poduzetništva i investicija. Među temama su bili razvoj proizvoda, brendiranje, intelektualno vlasništvo, financiranje i izlazak na međunarodna tržišta.

Oko 35 milijuna eura iz europskih sredstava

Razvoj sektora posljednjih je godina dobio i financijsku potporu kroz Nacionalni plan oporavka i otpornosti.

Ministrica kulture i medija Nina Obuljen Koržinek navela je na konferenciji da je za jačanje kulturnih i kreativnih industrija kroz NPOO uloženo oko 35 milijuna eura izravnih europskih sredstava. Prema njezinim riječima, ulaganja su obuhvatila stvaralaštvo, distribuciju i razvoj infrastrukture, a financijska potpora sektoru trebala bi se nastaviti i u idućoj financijskoj perspektivi.

Važan je to dio priče jer kreativne djelatnosti često nemaju iste modele financiranja kao tradicionalna industrija. Njihova vrijednost može biti u intelektualnom vlasništvu, dizajnu, softveru, autorskom djelu ili brendu, odnosno u imovini koju nije uvijek jednostavno vrednovati na isti način kao tvornicu, strojeve ili nekretnine.

Upravo se o tome razgovaralo i na panelu posvećenom inovativnom poduzetništvu i tržištu kapitala. Rasprava se bavila pitanjem koliko financijski sektor razumije kreativne poslovne modele i što tvrtkama treba kada iz dobre ideje krenu prema ozbiljnijem rastu.

Sljedeći izazov je međunarodno tržište

Za hrvatske tvrtke i kreativce rast domaćeg tržišta nije jedino mjerilo uspjeha. Mnogo je zahtjevniji korak izgraditi proizvod ili uslugu koja može dugoročno poslovati izvan Hrvatske.

Suosnivač Sofascorea Ivan Bešlić na konferenciji je govorio upravo o međunarodnoj konkurentnosti i uvjetima u kojima europske tvrtke pokušavaju konkurirati kompanijama iz drugih dijelova svijeta. Kao ključne elemente za razvoj domaćeg poslovnog ekosustava izdvojio je kapital, inovacije i regulatorno okruženje.

HGK je inicijativu CROATIVA pokrenuo kako bi dio tih tema povezao na jednom mjestu. Uz konferenciju “CROATIVA – Outside the Box”, inicijativa uključuje Akademiju CROATIVA s edukacijama iz razvoja poslovnih modela, brendiranja, financiranja, novih tehnologija i izlaska na

tržište te digitalnu platformu namijenjenu kulturnim i kreativnim industrijama.

Iza brojke od 3,9 milijardi eura zato se krije šira priča od samog rasta jednog sektora. Hrvatska već ima niz kreativnih djelatnosti koje posluju tržišno i stvaraju mjerljivu gospodarsku vrijednost. Pitanje sljedeće faze više nije samo koliko sektor može rasti u Hrvatskoj, nego koliko njegovih proizvoda, usluga i brendova može trajno pronaći mjesto na međunarodnom tržištu.

Rast prihoda od 60 posto u četiri godine pokazuje da kulturne i kreativne industrije više nisu tema koju ima smisla promatrati samo iz kulturne perspektive. One su već dio hrvatskog gospodarstva koji vrijedi pratiti i kroz prihode, ulaganja, poslovne modele, izvoz i konkurentnost.

Izvor: https://croatis.ch/kulturne-kreativne-industrije-hrvatska-prihodi/ © 2026 Croatis.ch