

Istraživanje tržišta tiska za 2024.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) provela je redovito istraživanje tržišta tiska u Republici Hrvatskoj (dalje u tekstu: RH) u 2024. godini, s ciljem utvrđivanja strukture tog tržišta. Istraživanjem je bilo obuhvaćeno 28 poduzetnika, novinskih nakladnika i distributera tiska, a prema Upisniku o izdavanju i distribuciji tiska koji vodi Hrvatska gospodarska komora prema propisima o medijima.

Povod i potreba provođenja predmetnog istraživanja prvenstveno proizlazi iz odredbi Zakona o medijima („Narodne novine“, br. 59/04., 84/11., 81/13. i 114/22.; dalje u tekstu: ZoM) kao posebnog propisa kojim se, između ostaloga, uređuje način zaštite tržišnog natjecanja na području javnog informiranja.

U tom smislu, u cilju ostvarivanja načela slobode, odnosno neovisnosti i pluralizma medija, ZoM isključuje primjenu općih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja. Nadalje, odredbom članka 37. stavka 1. ZoM-a utvrđuje se kao nedopuštena svaka koncentracija poduzetnika na tržištu naklade općeinformativnih dnevnika, odnosno na tržištu općeinformativnih tjednika, kojom bi tržišni udjel sudionika konkretne koncentracije poduzetnika nakon njene provedbe prelazio 40 posto ukupno prodane naklade općeinformativnih dnevnika odnosno tjednika u RH.

Istraživanjem su bila obuhvaćena mjerodavna tržišta prodane naklade općeinformativnih dnevnika i tjednika, tržišta oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima i tjednicima te tržište trgovine tiskom na veliko i malo u RH.

U promatranoj 2024. godini ne bilježi se niti jedan novi nakladnik općeinformativnog dnevnika ili tjednika u uzorku AZTN-a, u odnosu na prošlogodišnje istraživanje za 2023. godinu.

Tržišni udjeli poduzetnika na mjerodavnim tržištima utvrđeni su na temelju podataka o prodanoj nakladi izraženoj u broju primjeraka tiskovina, odnosno prihoda koji su poduzetnici ostvarili na tržištu oglašavanja, odnosno na tržištu trgovine na veliko i malo tiskom. Neovisno o tome je li riječ o elektroničkim ili tiskanim medijima, glavni izvor financiranja medija su prihodi od oglašavanja. Stoga je i tržište oglašavanja obuhvaćeno ovim istraživanjem.

Slijedom navedenog, predmetno istraživanje obuhvatilo je određene segmente tržišta tiska, odnosno mjerodavna tržišta u proizvodnom smislu i to:

1. tržište prodane naklade općeinformativnih dnevnika,
2. tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika,
3. tržište oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima,
4. tržište oglašavanja u općeinformativnim tjednicima,
5. tržište trgovine na veliko tiskom i
6. tržište trgovine na malo tiskom.

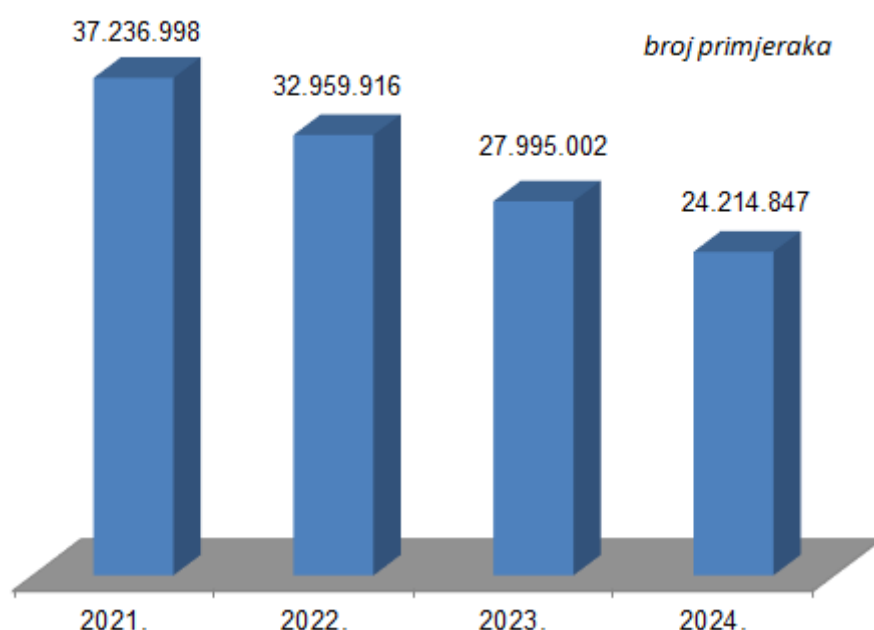
U zemljopisnom smislu, predmetno istraživanje obuhvaća cjelokupni teritorij RH.

AZTN u nastavku daje prikaz rezultata istraživanja, uz napomenu kako se tržišni udjeli poduzetnika navode u rasponima jer isti predstavljaju poslovnu tajnu sukladno članku 53. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, broj 79/09., 80/13., 41/21., 155/23.; dalje u tekstu: ZZTN). Stoga su podaci koji predstavljaju poslovnu tajnu izuzeti od objavljivanja.

Tržište prodane naklade općeinformativnih dnevnika

Na slici 1. prikazuju se podaci o ukupnoj prodanoj nakladi općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

Slika 1. Ukupna prodana naklada općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

U 2024. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila je 24,2 milijuna komada. Navedena naklada je smanjena za 14 posto u odnosu na prethodnu 2023. godinu kada je iznosila 28 milijuna prodanih primjeraka.

Temeljem prikaza sa slike 1. proizlazi zaključak o kontinuiranom padu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine pri čemu je prodana naklada s početka promatranog četverogodišnjeg razdoblja - 37,2 milijuna prodanih primjeraka u 2021. godini pala na 24,2 milijuna komada u 2024. godini. Promatrano kroz razdoblje 2021. do 2024. godine zaključuje se o trendu kontinuiranog pada prodane naklade općeinformativnih dnevnika.

Pad prodane naklade u promatranj 2024. u odnosu na 2023. koji iznosi 14 posto je slabije izražen nego u 2023. u odnosu na 2022. kada se bilježio pad u iznosu od 15 posto. U usporedbi s prethodnom 2023. godinom (28 milijuna prodanih primjeraka), prodana naklada

u promatranoj 2024. godini smanjena je za 3,8 milijuna primjeraka što nominalno predstavlja slabije izražen pad prodane naklade svih općeinformativnih dnevnika u odnosu na prethodno istraživanje za 2023. kada se bilježio pad od 5 milijuna primjeraka. Međutim, i dalje je riječ o značajnom padu prodane naklade.

Većina općeinformativnih dnevnika bilježi pad prodane naklade u 2024. godini u odnosu na 2023. godinu, osim općeinformativnog dnevnika „La Voce del Popolo“. Ujedno se ne bilježe promjene na pojedinoj poziciji pojedinih općeinformativnih dnevnika prema ostvarenom tržišnom udjelu.

Najveću prodanu nakladu u 2024. godini, kao i prethodnih godina, ostvario je dnevnik „24sata“ (Styria Grupa), s ostvarenim tržišnim udjelom od [30 - 40] posto uz nastavak trenda pada prodaje. Pad prodane naklade „24sata“ u postotnom iznosu slabije je izražen nego u prethodnom istraživanju za 2023. godinu. Istovremeno se bilježi blagi rast tržišnog udjela „24 sata“ u 2024. godini.

Slijedi na drugoj poziciji „Večernji list“ (također Styria Grupa), s ostvarenim tržišnim udjelom od [20 - 30] posto koji ujedno bilježi blagi pad tržišnog udjela, ali i neznatno izraženiji pad prodane naklade u 2024. godini u usporedbi s 2023. godinom.

Treći po prodanoj nakladi je „Jutarnji list“ (Hanza Media Grupa) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i blagim rastom tržišnog udjela, uz slabije izražen pad prodane naklade u odnosu na prethodnu 2023. godinu.

Značajan iznos prodane naklade u 2024. godini ostvarili su još nakladnici dnevnika „Slobodna Dalmacija“ (Hanza Media) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i koji, kao i „Jutarnji list“ bilježi blagi rast tržišnog udjela te „Novi list“ (Glas Istre Grupacija) s tržišnim udjelom od [5 - 10] posto, čiji tržišni udjel također bilježi blagi rast u odnosu na 2023. godinu. Oba dnevnika u bitnome su regionalnog karaktera i bilježe pad prodaje u promatranoj 2024. godini u odnosu na 2023. iskazano brojem prodanih primjeraka. Preostala četiri nakladnika („Glas Istre“, „Glas Slavonije“, „Zadarski list“, „La Voce del Popolo“) bilježe tržišni udio do pet posto, isto kao u prethodnoj 2023. godini i oni su u bitnome regionalnog i lokalnog karaktera.

Promatrano prema vlasničkim grupama, na tržištu dnevnika u promatranoj 2024. godini najveći udio od [50 - 60] posto ima Styria Grupa („24 sata“ i „Večernji list“), uz blagi pad tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2023. godinu. Ujedno se bilježi rast tržišnog udjela „24sata“ promatrano kroz tržišni udio u 2024. godini, dok druga članica Styria Grupe, „Večernji list“ bilježi blagi pad tržišnog udjela.

Druga je Hanza Media Grupa („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) s udjelom od [30 - 40] posto koja je prekinula trend pada tržišnog udjela. U 2024. godini bilježi blagi rast tržišnog udjela.

Treća je Grupacija Glas Istre („Novi list“, „Glas Istre“ i „Zadarski list“), koja je ostvarila zbirni tržišni udio od [10 - 20] posto u 2024. godini i bilježi blagi pad tržišnog udjela.

Pokazatelj koncentracije (CR) predstavlja postotak tržišnog udjela na mjerodavnom tržištu, na osnovu ostvarenih tržišnih udjela. Tržišni udio iskazan zbirno za četiri najprodavanija općeinformativna dnevnika u promatranoj 2024. godini (CR₄) iznosi 83,8, dok je u 2023. isti

pokazatelj iznosio 83,7 temeljem obrađenih podataka te iz navedenog proizlazi zaključak da je koncentriranost tržišta u 2024. u bitnome jednaka kao i u 2023. godini.

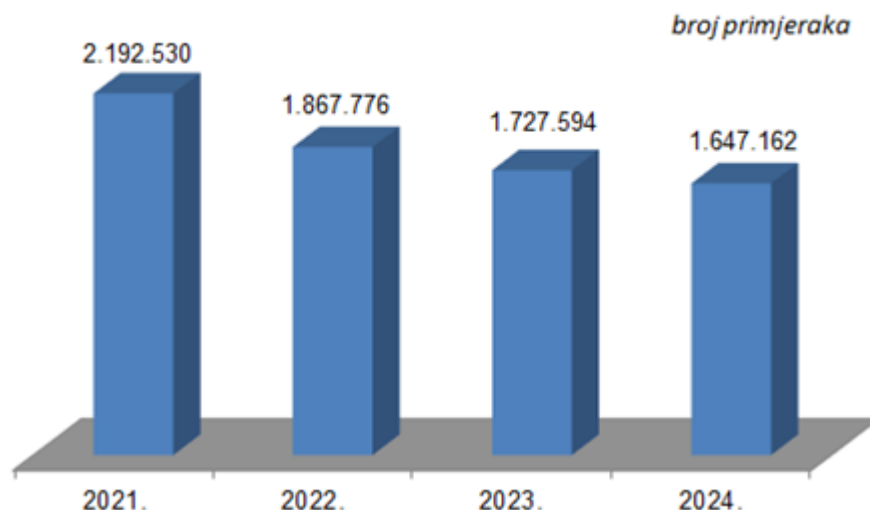
Ako se promatra pokazatelj CR₂ za dva najprodavanija općeinformativna dnevnika („24sata“ i „Večernji list“, članice Styria Grupe), isti u 2024. iznosi 52,6, dok je u 2022. godini isti pokazatelj iznosio 53 i taj pokazatelj bilježi neznatan pad u odnosu na 2023. godinu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih dnevnika u RH u 2024. godini iznosio je 2.058 bodova, što pokazuje kako je riječ o umjereno koncentriranom tržištu. Usporedbom s 2023. u kojoj je HHI iznosio 2.048 bodova, zaključuje se o blagom rastu koncentriranosti tržišta na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u RH u 2024. godini.

Tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika

Na slici 2. prikazuje se ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

Slika 2. Ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

U 2024. godini prodano je ukupno 1,6 milijuna primjeraka općeinformativnih tjednika. Usporedbom s 2023. godinom u kojoj je prodano 1,7 milijuna primjeraka, prodana naklada tjednika u promatranoj 2024. godini smanjena je 80,4 tisuća primjeraka što predstavlja pad od jedan posto.

Prodana naklada općeinformativnih tjednika uključuje i nekoliko dvotjednika, koji su promijenili periodiku izlaženja iz tjednika u dvotjednik, primjerice „Globus“, „Novi Sisački tjednik“ i „Virovitički list“ (od 2023. besplatna tiskovina).

Većina tjednika bilježi pad prodane naklade u 2024. u odnosu na 2023. godinu, uz iznimku četiri tjednika koji bilježe trend rasta prodane naklade, a to su „Hrvatski tjednik“, „Nacional“, „Međimurske novine“ i „Zadarski tjednik.“

Ujedno tjednici „Hrvatski tjednik“ i „Nacional“ bilježe značajniji tržišni udio u ovom segmentu u 2024. godini, dok tjednici „Međimurske novine“ i „Zadarski tjednik“ bilježe niže tržišne udjele.

Tokom 2024. godine nije bilo promjena u poretku prvih pet najprodavanijih općeinformativnih tjednika, koji, promatrano pojedinačno tjednike, bilježe prodanu nakladu u iznosu višem od 100 tisuća primjeraka u 2024. godini svaki.

Najprodavaniji općeinformativni tjednik i u 2024. godini je „Hrvatski tjednik“, novinskog nakladnika Tempus 22 d.o.o. Drugi po prodanoj nakladi u 2024. godini je općeinformativni tjednik „7Dnevno“, novinskog nakladnika Singar d.o.o. Treći po prodanoj nakladi je tjednik „Međimurje“ u nakladi poduzetnika List Međimurje d.o.o. Četvrti tjednik po prodajnoj nakladi u 2024. godini je „Nacional“ u nakladi Nacional News Corporation d.o.o.

Svaki od četiri ranije navedena općeinformativna tjednika, promatrano i pojedinačno u promatranoj 2024. godini bilježi tržišni udio od [10 – 20] posto.

Peti tjednik s nacionalnom dimenzijom, „24sata Express“ u nakladi Styria Grupe bilježi tržišni udio od [5 – 10] posto.

U 2024. godini „Varaždinske vijesti“ i „Podravski list“ drže šestu i sedmu poziciju te su se zamijenili u redoslijedu u odnosu na 2023. godinu. Osmu poziciju drže „Međimurske novine“.

Dvotjednik „Globus“ u izdanju Hanza Media d.o.o. je na devetoj poziciji s tržišnim udjelom [0 – 5] posto. Nakladnik Hanza Media d.o.o. je također jedan od osnivača Dubrovačkog vjesnika d.o.o. koji je nakladnik općeinformativnog tjednika „Dubrovački vjesnik“. Promatrajući zajedno tržišni udio „Globusa“ i „Dubrovačkog vjesnika“, Hanza Media Grupa bilježi tržišni udio od [5 - 10] posto na tržištu prodane naklade općeinformativnih tjednika.

Treba istaknuti kako, pored Hanza Media Grupe i Styria Grupe, još jedan nakladnik općeinformativnog dnevnika ima vlasnički udio u temeljnom kapitalu pojedinog nakladnika općeinformativnog tjednika. Riječ je o nakladniku Glas Slavonije d.d. koji drži 13,07 posto udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika Glas Podravine d.o.o. iz Koprivnice, koji je nakladnik općeinformativnog tjednika „Glas Podravine i Prigorja“.

Tržišni udio iskazan zbirno za četiri najprodavanija općeinformativna tjednika u promatranoj 2024. godini (CR4) iznosi 57,4 dok je u 2023. isti pokazatelj iznosio 55,4. Iz navedenog proizlazi zaključak da koncentriranost tržišta u 2024. bilježi rast u odnosu na 2023. godinu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih tjednika u RH u 2024. godini iznosio je 1.006 bodova, dok je u 2023. isti pokazatelj iznosio 961 bodova. Temeljem HHI pokazatelja proizlazi zaključak o slabo koncentriranom tržištu prodaje općeinformativnih tjednika u RH.

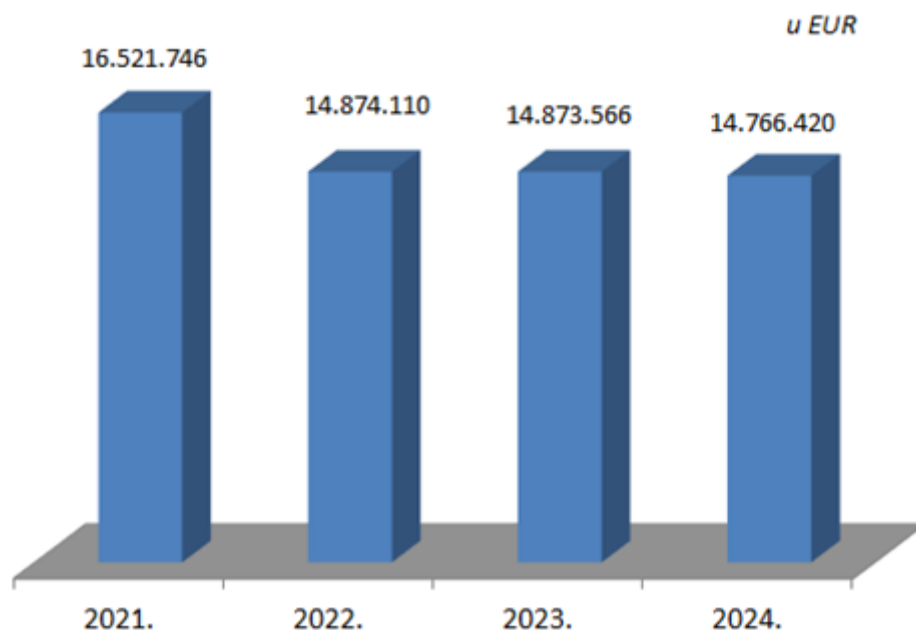
Prema očitovanju najvećih nakladnika, digitalna prodaja i nadalje uvijek ima mali udio u strukturi broja prodanih primjeraka dnevnika i tjednika.

Tržište oglašavanja u općeinformativnom tisku – dnevnici i tjednici

Tržište oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima

Na slici 3. prikazuje se prihod od oglašavanja nakladnika tiskovina u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine u dijelu koji se odnosi na oglašavanje u općeinformativnim dnevnicima.

Slika 3. Prihod od oglašavanja nakladnika tiskovina u RH u razdoblju od 2021. do 2024. godine u dijelu koji se odnosi na oglašavanje u općeinformativnim dnevnicima



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Temeljem prikaza sa slike 3. proizlazi zaključak o relativno stabilnim iznosima prihoda od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u razdoblju od 2022. do 2024. godine.

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2024. godini iznosio je 14,8 milijuna eura.

Pet od devet nakladnika općeinformativnih dnevnika bilježe pad prihoda od oglašavanja, dok četiri nakladnika bilježe rast prihoda od oglašavanja („Slobodna Dalmacija“, „Jutarnji list“, članice Hanza Media, „Večernji list“, član Styria Grupe, te „Novi list“). Usporedbe radi, u prethodnoj 2023. godini od devet promatranih nakladnika općeinformativnih dnevnika, četiri je nakladnika dnevnika bilježilo pad prihoda od oglašavanja, dok je pet nakladnika bilježilo rast prihoda od oglašavanja. Ako se promatra po pojedinom nakladniku općeinformativnog dnevnika, pad prihoda od oglašavanja u dnevnicima u 2024. godini iznosio je od 2 do 25 posto u odnosu na prihode u 2023. godini.

Najveći tržišni udio u 2024. godini od [20 - 30] posto ostvaren je u „Slobodnoj Dalmaciji“ (Hanza Media d.o.o.), uz blagi rast prihoda od oglašavanja i tržišnog udjela u odnosu na 2023. godinu.

Slijedi na drugoj poziciji „Jutarnji list“ (također u nakladi Hanza Media d.o.o.) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto.

Treći je „Večernji list“ nakladnika Večernji list d.o.o. s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i bilježi blagi rast tržišnog udjela u 2024. godini.

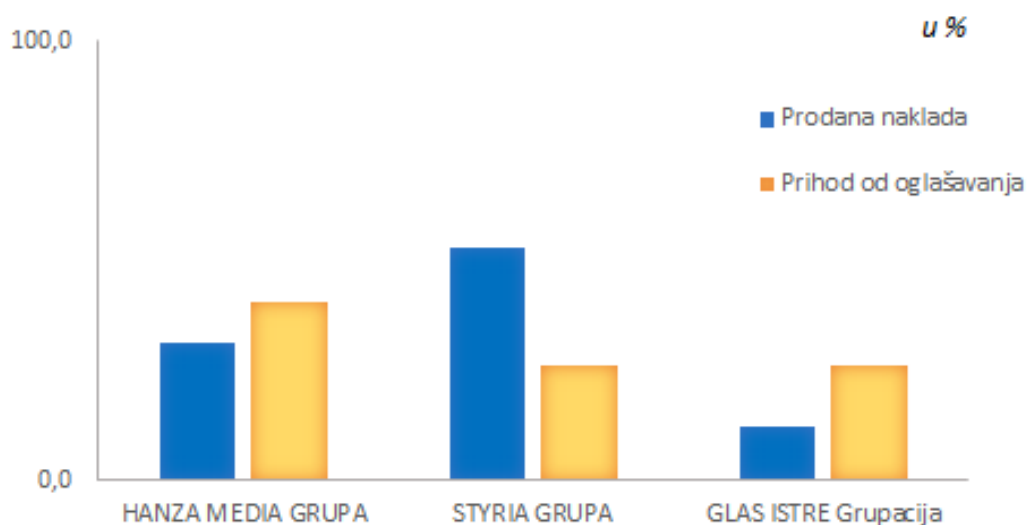
„Novi list“ nakladnika Novi list d.d. je četvrti s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto koji bilježi najveći nominalan i relativan rast prihoda od oglašavanja u 2024. godini.

Peti je „24 sata“ nakladnika 24sata d.o.o. s tržišnim udjelom od [5 – 10] posto.

U istraživanju je dodatno napravljena usporedba pokazatelja prodane naklade u općeinformativnim dnevnicima i pokazatelja prihoda od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima za grupacije nakladnika.

Na slici 4. prikazuju se tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u RH u 2024. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima).

Slika 4. Tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u RH u 2024. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima)



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Slijedom navedenog, utvrđeno je kako Styria sa svoja dva dnevnika („Večernji list“ i „24sata“) i u promatranoj 2024. godini na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima bilježi niži pokazatelj tržišnog udjela u odnosu na tržišni udio na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika. Naime, na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima bilježi zajednički tržišni udio od [20-30] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika Styria bilježi tržišni udio od [50-60] posto.

Za Hanza Media Grupu vrijedi suprotno, jer na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima sa svoja dva dnevnika („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) bilježi zajednički

tržišni udio od [40 - 50] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika bilježi tržišni udio od [30 – 40] posto.

Treća grupacija novinskih nakladnika Glasa Istre (dnevnicima „Novi list“, „Glas Istre“ i „Zadarski list“) na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima sa svoja tri dnevnika bilježi veći tržišni udio u odnosu na tržišni udio na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika jer zajednički tržišni udjel na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u promatranoj 2024. godini iznosi [20-30] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika zajednički tržišni udjel iznosi [10-20] posto.

HHI na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2024. godini iznosio je 1.624 bodova (u 2023. iznosio je 1.541 bodova) što ukazuje na umjereno koncentrirano tržište, uz blagi rast koncentriranosti tržišta.

Tržište oglašavanja u općeinformativnim tjednicima

Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2024. iznosio je 4,6 milijuna eura, te se u odnosu na 2023. u kojoj je iznosio 4,1 milijuna eura bilježi trend rasta prihoda od 12 posto.

Od ukupno 21 nakladnika općeinformativnih tjednika koji su zabilježili prihod od oglašavanja u 2024. godini, rast prihoda od oglašavanja u odnosu na prethodnu 2023. bilježi ukupno deset nakladnika tjednika, dok je u prethodnoj 2023. godini njih 11 bilježilo rast prihoda od oglašavanja u odnosu na 2022.

Promatrajući pojedinačno nakladnike općeinformativnih tjednika u 2024. godini, bilježe se određene promjene u redoslijedu prvih pet nakladnika prema ostvarenim prihodima od oglašavanja.

Prvi po prihodu od oglašavanja u tjednicima je nakladnik Nacional News Corporation d.o.o. s tjednikom „Nacional“ i tržišnim udjelom od [30 - 40] posto koji bilježi rast prihoda od oglašavanja i u nominalnim iznosima i u relativnim pokazateljima.

Drugi je nakladnik Varaždinske vijesti d.d. s istoimenim tjednikom. U promatranoj 2024. godini bilježi tržišni udio od [10 - 20] posto i blagi rast tržišnog udjela nego u 2023. godini. Ujedno bilježi pomak s treće na drugu poziciju na ovom tržištu.

Treći je tjednik „Međimurje“ nakladnika List Međimurje d.o.o. koji u promatranoj 2024. godini bilježi tržišni udio od [5 – 10] posto i ujedno bilježi blagi pad prihoda od oglašavanja. Ujedno bilježi pomak s četvrte na treću poziciju u ovom segmentu.

Krug nakladnika koji drže tržišni udjel između pet i deset posto čine Dubrovački vjesnik d.o.o. (član Hanza Media grupe) s istoimenim tjednikom, Media novine d.o.o. s općeinformativnim tjednikom „Međimurske novine“, Plan Media d.o.o. s tjednikom „Podravski list“ te Singar d.o.o., s tjednikom „7dnevno.“

Zajednički tržišni udio tjednika „Dubrovački vjesnik“ i „Globus“ iz Hanza Media Grupe u 2024. godini iznosio je [5-10] posto. Nakladnik Dubrovački vjesnik d.o.o. s istoimenim tjednikom je na četvrtoj poziciji i bilježi blagi rast prihoda od oglašavanja, a „Globus“ je na 13. poziciji.

Tjednik „24sata Express“ u izdanju nakladnika 24 sata d.o.o. (Styria Grupa) je na 20. poziciji na tržištu oglašavanja u tjednicima u 2024. godini i na ovom tržištu bilježi tržišni udio manji od 5 posto uz blagi rast prihoda od oglašavanja.

Pored navedenih nakladnike Nacional News Corporation d.o.o. s tjednikom „Nacional“, Varaždinske vijesti d.d. s istoimenim tjednikom, Dubrovački vjesnik d.o.o. s istoimenim tjednikom, Plan Media d.o.o. s tjednikom „Podravski list“ koji bilježe rast prihoda od oglašavanja u 2024. godini, treba istaknuti još jednog nakladnika regionalnih tjednika koja bilježi rast prihoda od oglašavanja u tjednicima, a to je Glas Podravine d.o.o. (tjednik „Glas Podravine i Prigorja“).

Tržište trgovine tiskom na veliko i malo

Tržište trgovine tiskom na veliko

Tržište distribucije tiska nije uređeno posebnim propisima. Prodaja tiska se, načelno, tretira kao i prodaja bilo koje druge robe. Stoga se na distribuciju tiska primjenjuju opći propisi o trgovini, a osnovni propis koji uređuje područje trgovine je Zakon o trgovini („Narodne novine“, br. 87/08., 96/08., 116/08., 76/09., 114/11., 68/13., 30/14., 32/19., 98/19., 32/20. i 33./23.).

S obzirom na ugovorni odnos između nakladnika i distributera, odnosno prodavatelja tiska, primjenjuju se i odgovarajuće odredbe Zakona o obveznim odnosima („Narodne novine“, br. 35/05., 41/08., 125/11., 78/15., 29/18., 126/21., 114/22., 156/22. i 155/23.).

ZoM u članku 38. propisuje prava i obveze distributera tiska, kao i distribuciju putem kolportaže. Tim člankom je propisano da su distributeri tiska obvezni utvrditi i objaviti na uobičajeni način opće uvjete za distribuciju tiska te ne smiju odbiti distribuciju tiska drugog nakladnika koji to zatraži i izjavi da prihvaća objavljene Opće uvjete.

Jedini distributer tiska nacionalne pokrivenosti u Hrvatskoj u 2024. godini bio je Tisak plus d.o.o. (dalje: Tisak plus), koji bilježi blagi pad prihoda u odnosu na 2023. godinu. Tisak plus je ujedno najveći maloprodajni lanac kioska.

Rezultati istraživanja pokazali su kako je u 2024. godini Tisak plus distribuirao tisak za daljnju prodaju za 382 kupaca, dok je u prethodnoj 2023. godini distribuirao tisak za daljnju prodaju za 478 kupca.

Tržište trgovine tiskom na malo

Uvjeti za otvaranje maloprodajnog mjesta tiska istovjetni su onima koji se primjenjuju i na maloprodajna mjesta za drugu vrstu robe. Ukoliko je riječ o prodajnom mjestu unutar postojećeg maloprodajnog objekta (npr. samoposluživanja, supermarketi i slično), odnosi između trgovca i nakladnika regulirani su ugovorno.

U istraživanju su promatrani isključivo sljedeći oblici trgovine na malo tiskom:

- prodaja na prodajnim mjestima specijaliziranim za prodaju tiska i duhanskih proizvoda, u vlasništvu ili najmu distributera tiska ili drugih poduzetnika koji nisu primarno distributeri, u kioscima ili čvrstim objektima,
- prodaja putem pretplate i kolportaže (direktna prodaja od strane novinskih nakladnika).

U tom smislu treba promatrati i navedene rezultate istraživanja. Drugim riječima, nije uključena prodaja u nespecijaliziranim prodajnim mjestima poduzetnika čija je osnovna djelatnost trgovina mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i proizvodima za domaćinstvo, trgovina naftnim derivatima na benzinskim postajama, prodaja u specijaliziranim prodajnim mjestima tipa kiosk i čvrsti objekt lokal stalnog ili sezonskog karaktera ostalih malih trgovaca i obrtnika, prodaja u bolnicama i specijaliziranim lječilištima, a koja izvjesno čini znatan dio distribucijskih kanala prodaje tiska krajnjim potrošačima.

Tako promatrano ukupno tržište maloprodaje tiskom bilježi blagi rast od dva posto. Blagi rast prihoda bilježe dva trgovca na malo tiskom koji raspolažu mrežom kioska (TISAK plus i Inovine), kao i većina bitnih nakladnika. Ujedno se bilježi promjena trenda jer je u 2023. godini bilježen blagi pad prihoda od trgovine na malo tiskom u iznosu od pet posto, dok se u promatranoj 2024. bilježi rast prihoda.

Nakladnici u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2024. godini kao najprodavanijeg tiska su direktnom prodajom tiska (kroz pretplatu i djelomično kolportažu) blago povećali prihode od trgovine na malo tiskom. Radi se o relativno značajnom udjelu ukoliko se promatraju ukupnost svih segmenta tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom.

Zbirni prihod od trgovine na malo tiskom za najveće nakladnike dnevnika (Hanza Media Grupa odnosno „Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) te Styria Grupa odnosno Večernji list d.o.o. i 24sata d.o.o. u 2024. godini iznosi 12,8 milijuna eura (s tri nakladnika Glasa Istre Grupacije zbirni iznos je 14,1 milijuna eura), dok zbirni prihod tri specijalizirana trgovca tiskom (TISAK plus d.o.o., Inovine d.d. i Fibis d.o.o.) u 2024. godini iznosi 16,5 milijuna eura.

Prvi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je poduzetnik Tisak plus, koji je ostvario rast prihoda u 2024. godini u odnosu na istraživanje za 2023. godinu. Tisak plus maloprodajnu mrežu na teritoriju RH na dan 31. prosinca 2024. godine činilo je 654 prodajnih mjesta. Usporedbe radi, u prethodnoj 2023. godini Tisak plus bilježio je 765 prodajnih mjesta te proizlazi zaključak da je bilo 111 prodajna mjesta manje nego u 2023. godini. Ranije navedeno upućuje na nastavak trenda smanjivanja broja prodajnih mjesta, jer je i u prethodnom istraživanju za 2023. zabilježeno smanjivanje broja prodajnih mjesta Tiska plus, no u znatno manjem broju, kada je bilježio četiri prodajna mjesta manje u odnosu na 2022.

Drugi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je nakladnik Hanza Media d.o.o. (podaci za „Jutarnji list“ i „Slobodnu Dalmaciju“) koja ujedno bilježi promjenu trenda u smislu rasta prihoda od trgovine na malo tiskom.

Treći je nakladnik Večernji list d.o.o. (Styria Grupa), koji bilježi neznatan pad prihoda od trgovine na malo tiskom u 2024. godini u odnosu na 2023. godinu.

Četvrti je nakladnik 24sata d.o.o., također članica Styria Grupe, koji bilježi blagi rast prihoda u odnosu na 2023. godinu.

Inovine d.d. je peti po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom u 2024 godini. Kao specijalizirani trgovac na malo tiskom i duhanskim proizvodima, u 2024. godini imao je 225 prodajnih mjesta dok je u prethodnoj 2023. godini bilježio 223 prodajno mjesto. Iz navedenog proizlazi da bilježi dva prodajna mjesta manje nego u 2023. godini. Inovine bilježe blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom u 2024. godini u odnosu na 2023. Mreža specijaliziranih

prodajnih mjesta poduzetnika Inovina, iako rasprostranjena gotovo po cijelom teritoriju RH, po broju prodajnih mjesta približno je otprilike je tri puta manja od Tiska plus.

Fibis d.o.o. u 2024. godini bilježi pad prihoda od trgovine na malo tiskom. Iako raspolaže mrežama specijaliziranih prodajnih mjesta, one obuhvaćaju znatno manji broj prodajnih mjesta (šest u 2024. godini, osam u 2023.) od onih Tiska plus i Inovina, a rasprostranjenost je regionalnog karaktera.

U istraživanju za 2024. godinu utvrđeno je kako tri novinska nakladnika dnevnika, Hanza Media d.o.o. 24sata d.o.o. i Edit novinsko-izdavačka ustanova kroz pretplatu bilježe rast prihoda od trgovine na malo tiskom.

Usporedbe radi, u istraživanju za 2023. godinu tri nakladnika bilježila su rast prihoda od trgovine na malo tiskom.

Od nakladnika općeinformativnih tjednika, najveći prihod od maloprodajne djelatnosti kroz pretplatu bilježe nakladnici Nacional News Corporation d.o.o. (tjednik „Nacional“), Lasica d.o.o., (tjednik „Posavska Hrvatska“) te Varaždinske vijesti d.d. (istoimeni tjednik).

Treba istaknuti kako nakladnici primjenjuju različite marketinške aktivnosti kako bi privukli i ugovorno vezali pretplatnike kroz godišnju pretplatu, na način da uz pretplatu po povlaštenoj (nižoj) cijeni po primjerku dobiju i određenu pogodnost, primjerice poklon karticu ili poklon bon za kupnju u određenom trgovačkom lancu i slično.

I nadalje se na prodaju putem specijaliziranih trgovina tiska (Tisak Plus, Inovine i Fibis) odnosi značajan udio od 53 posto.

Pravne i/ili činjenične zapreke pristupa tržišnim kanalima prodaje (distribucije) tiskovina u RH

AZTN je u svom upitniku, među ostalim, nakladnike zatražio očitovanje o pravnim i/ili činjeničnim zaprekama pristupa tržišnim kanalima prodaje (distribucije) tiskovina u RH.

Gotovo svi anketirani nakladnici u svojim očitovanjima u bitnome su odgovorili kako ne postoje pravne i/ili činjenične zapreke pristupa tržišnim kanalima prodaje tiskovina.

Međutim, jedan nakladnik navodi izazove koji se nakladnicima javljaju zbog racionalizacije i reorganizacije sustava distribucije tiskovina od strane distributera. U tom smislu navodi kako korekcija cijena transporta pojedinih transportnih linija, ukidanje linija u makro ili mikro dijelu distribucije te zatvaranje određenih maloprodajnih mjesta od strane distributera utječe i na poslovanje izdavača (nakladnika), odnosno kako isto ima negativan efekt na izdavače.

Dodatno navodi da je otegotna okolnost kompleksnost same operacije u organizaciji i realizaciji distribucije tiskovina. Nadalje u bitnome navodi kako je RH zemljopisno vrlo zahtjevno područje za distribuciju, a posebice tiskovina kod kojih su specifični distributivni zahtjevi u dijelu koji se odnosi na vremenske rokove dostave samih tiskovina.

U svezi distribucije tiskovina putem pretplate u 2024. godini, isti nakladnik u svom odgovoru navodi kako poduzetnik Hrvatska pošta d.d. nema mogućnost ručne dostave u sva područja RH, što čini i prepreku rastu pretplatničke naklade tiskovina. Otvaranje takvih područja za bilo kojeg distributera pa tako i Hrvatske pošte d.d., znači reorganizaciju poslovanja, no na taj

način bi Hrvatska pošta d.d. i nakladnici imali značajnu financijsku korist od toga, te bi se tako osigurala dugoročna stabilnost poslovanja

Jedan nakladnik regionalnog tjednika također navodi kao otegotnu okolnost nemogućnost prodaje tiskovine na prodajnim mjestima Hrvatske pošte d.d.

Jedan nakladnik u očitovanju u bitnome navodi kako nema pravnih zapreka pristupu tržištu tiskovina. No, u razdoblju do slanja očitovanja AZTN-u navodi kako od 1. travnja 2025. godine distributer tiskovina Distribucija Tiskanih Medija d.o.o. primjenjuje nove Opće uvjete poslovanja prema izdavačima, koji su prema njegovim navodima komercijalno nepovoljniji i dugoročno poslovno neodrživi u odnosu na Opće uvjete poslovanja koji su vrijedili do 1. travnja 2025. Također je naveo da će radi ove promjene nakladnici bilježiti gubitke.

Naime, u 2025. godini, došlo je do promjena u lancu distribucije tiskovina. Od 1. veljače 2025., umjesto poduzetnika TISAK plus, novi distributer tiskovina postao je poduzetnik Distribucija tiskanih medija d.o.o.

U vidu činjeničnih zapreka nadalje navodi da se može konstatirati kako se one pojavljuju zbog nemogućnosti utjecaja na poslovne odluke distributera, pa tako i na odluku koja se tiče promjene Općih uvjeta, a potencijalno i na otkazivanje usluge distribucije tiskovina od strane poduzetnika Distribucija Tiskanih Medija d.o.o.

Još neki nakladnici također navode opisanu promjenu u svezi novog distributera tiska, a jedan nakladnik tjednika navodi da je tom promjenom od veljače 2025. godine povećan trošak distribucije tiskovine na njegov teret, odnosno na teret nakladnika.

AZTN ovdje navodi kako je krajem 2024. godine i tijekom 2025. godine došlo do određenih promjena okolnosti na tržištu prodaje i distribucije tiskovina te i očitovanja nakladnika iz upitnika odražavaju u bitnome te nove okolnosti. Dodatno se navodi kako je nova okolnost na tržištu određivanje usluge distribucije tiska na području RH uslugom od općeg gospodarskog interesa („Narodne novine“, br. 64/2025.). Nadalje, 30. lipnja 2025. godine potpisan je Ugovor o pružanju usluge distribucije tiskanih medija kao usluge od općeg gospodarskog interesa između Ministarstva kulture i medija i Hrvatske pošte d.d.

Popis elektroničkih publikacija i prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama

AZTN je u svom upitniku nakladnike zatražio i popis elektroničkih publikacija kojih su pružatelji, te prihod od oglašavanja u dijelu koji se odnosi na elektroničke publikacije u 2024. godini.

U promatranoj 2024. najveći nakladnici općeinformativnih dnevnika, Hanza Media Grupa i Styria grupa bilježe najveći broj elektroničkih publikacija, kao i prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama, jednako kao u prethodnoj 2023. godini.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih dnevnika u 2024. godini iznosio je 23,6 milijuna eura. U prethodnoj 2023. godini prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama nakladnika iznosio je 20,4 milijuna eura.

U tablici 1. prikazuje se popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnog dnevnika u 2024., uz napomenu da je Novi list d.d. dostavio naziv elektroničke publikacije i za Zadarski list.

Rezultati istraživanja pokazuju kako nakladnik Večernji list d.o.o. u portfelju ima 12 elektroničkih publikacija, od toga je pet vlastitih domena i sedam poddomena. Drugi nakladnik koji je također članica Styria Grupe, 24sata d.o.o. ima deset elektroničkih publikacija, od toga su dvije glavne domene te osam poddomena.

Hanza Media d.o.o. je navela kako ima ukupno deset elektroničkih publikacija.

Najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama u 2024. godini bilježi 24sata d.o.o. uz trend rasta prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama. Zatim slijede Hanza Media d.o.o. koja također bilježi rast prihoda i Večernji list d.o.o. koji je zabilježio najveći nominalan rast prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama.

Najveći nakladnici općeinformativnih tjednika bilježe manji broj elektroničkih publikacija i prihode od oglašavanja u istima. Primjerice, Nacional News Corporation d.o.o. ima dvije elektroničke publikacije, dok ostali nakladnici tjednika bilježe po jednu elektroničku publikaciju.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih tjednika u 2024. iznosio je 454 tisuća eura.

Kod nakladnika općeinformativnih tjednika u 2024. godini najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama bilježi Plan media d.o.o. uz trend rasta prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama, zatim slijedi Dubrovački vjesnik d.o.o. uz trend blagog rasta prihoda te Media novine d.o.o. uz trend jače izraženog rasta prihoda. Tri ranije navedena nakladnika tjednika bilježila su najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama i u prethodnoj 2023. godini.

Ovdje treba istaknuti kako je Nacional News Corporation d.o.o. naveo da nema mogućnost razdvajanja prihoda od oglašavanja u tiskovini (prvi je u tom segmentu tržišta oglašavanja u tjednicima) i za e-izdanja odnosno elektroničke publikacije. U tom smislu treba uzeti u obzir navedene zaključke. Naime, kao značajan nakladnik u prodaji Nacional pretpostavljeno bilježi i prihode od oglašavanja u elektroničkim publikacijama koji bi u relativnim pokazateljima bili značajni u ovom segmentu tržišta.

Tablica 1. Popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnih dnevnika

	Nakladnik	Popis elektroničkih publikacija
1.	24sata d.o.o., Zagreb	www.24sata.hr (glavna domena) https://express.24sata.hr (glavna domena) poddomene: https://miss7.24sata.hr https://miss7zdrava.24sata.hr https://miss7mama.24sata.hr https://gastro.24sata.hr https://autostart.24sata.hr https://joomboos.24sata.hr https://24sata.biz https://shopaj24.hr
2.	Hanza Media d.o.o., Zagreb	www.jutarnji.hr www.gloria.hr www.sportske.jutarnji.hr www.zivim.gloria.hr www.euroactiv.jutarnji.hr www.fightsite.hr www.slobodnadalmacija.hr www.zadarski.slobodnadalmacija.hr www.sibenski.slobodnadalmacija.hr www.gloriaglam.hr
3.	Večernji list d.o.o., Zagreb	www.vecernji.hr (vlastita domena) www.poslovni.hr (vlastita domena) www.poslovni.co.rs (vlastita domena) www.poslovni.mk (vlastita domena) www.poslovni.me (vlastita domena) poddomene: https://diva.vecernji.hr www.ordinacija.vecernji.hr https://lokalni.vecernji.hr https://living.vecernji.hr www.sjecanje.vecernjih.hr https://vojnepovijest.vecernji.hr https://mojahrvatska.vecernji.hr
4.	Novi list d.d., Rijeka	www.novilist.hr www.zadarskilist.hr
5.	Glas Istre Novine d.o.o., Pula	www.glasistre.hr , www.glaistrenovine.hr (online arhiva), www.barifica.hr (satirični prilog)
6.	Glas Slavonije d.d., Osijek	www.glas-slavonije.hr
7.	Edit novinsko-izdavačka ustanova, Rijeka	www.lavoce.hr

Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Zaključno

Rezultati provedenog istraživanja pokazali su kako je u 2024. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila 24,2 milijuna komada, dok je prodana naklada svih općeinformativnih tjednika u RH iznosila 1,6 milijuna komada.

Na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u 2024. godini najprodavanije tiskovine su „24 sata“ novinskog nakladnika 24sata d.o.o., a kod nakladnika općeinformativnih tjednika najprodavaniji tjednik u 2024. godini je „Hrvatski tjednik“ nakladnika Tempus 22 d.o.o.

U 2024. godini se u odnosu na 2023. bilježi nešto blaže izražen pad prodane naklade općeinformativnih dnevnika od 14 posto, nego što je to bio u 2023. u odnosu na 2022. u kojoj je iznosio 15 posto. Ujedno je to nastavak višegodišnjeg trenda pada prodane naklade.

Prodana naklada općeinformativnih tjednika u promatranoj 2024. godini bilježi neznatan pad od jedan posto u odnosu na 2023., dok je godinu dana prije u 2023. godini u odnosu na 2022. pad iznosio osam posto.

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2024. godini iznosio je 14,8 milijuna eura. Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2024. iznosio je 4,6 milijuna eura.

Na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima zabilježen je blagi pad prihoda od oglašavanja u 2024. godini u odnosu na 2023., a na tržištu općeinformativnih tjednika bilježi se rast prihoda od oglašavanja od 12 posto.

Jedini distributer tiska u RH u 2024. godini bio je Tisak plus, koji bilježi slabije izražen pad prihoda u odnosu na 2023. godinu. Ujedno bilježi nastavak trenda pada broja svojih kupaca u distribuciji tiska za daljnju prodaju, kao i pad broja prodajnih mjesta.

Na tržištu trgovine na malo tiskom bilježi se rast ukupnih prihoda u 2024. godini u odnosu na prethodnu 2023. od dva posto. Rast prihoda bilježe i Tisak plus i Inovine, kao poduzetnici s najvećim brojem specijaliziranih maloprodajnih mjesta.

Nakladnici u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2024. godini kao najprodavanijeg tiska su direktnom prodajom tiska, kroz pretplatu i kolportažu, povećali svoje prihode. Radi se o relativno značajnom udjelu ukoliko se promatraju ukupnost svih segmenta tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom.

U promatranoj 2024. godini tri nakladnika dnevnika kroz pretplatu su zabilježila rast prihoda i to su Hanza Media d.o.o. („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“), 24sata d.o.o. s istoimenim dnevnikom i Edit novinsko-izdavačka ustanova s dnevnikom „La Voce del Popolo“.

Od nakladnika općeinformativnih tjednika, najveći prihod od maloprodajne djelatnosti kroz pretplatu bilježe nakladnici Nacional News Corporation („Tjednik Nacional“), Lasica d.o.o. (tjednik „Posavska Hrvatska“) i Varaždinske vijesti d.d. („Varaždinske vijesti“).

Najveći nakladnici općeinformativnih dnevnika, Hanza Media Grupa i Styria grupa bilježe najveći broj elektroničkih publikacija u promatranoj 2024. godini, kao i prihod od oglašavanja u istima.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih dnevnika u 2024. godini iznosio je 23,6 milijuna eura. Najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama u 2024. godini bilježe nakladnici općeinformativnih dnevnika 24sata d.o.o., Hanza Media d.o.o. i Večernji list d.o.o.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih tjednika u 2024. iznosio je 454 tisuća eura.

Po pitanju pravnih i/ili činjeničnih zapreka pristupa tržišnim kanalima prodaje (distribucije) tiskovina u RH gotovo svi anketirani nakladnici u svojim očitovanjima u bitnome su odgovorili kako ne postoje pravne i/ili činjenične zapreke pristupa tržišnim kanalima prodaje tiskovina.

S druge strane, naveli su kao otegotnu okolnost na tržištu kompleksnost same operacije distribucije tiskovina. Prema navodima nakladnika, RH je zemljopisno vrlo zahtjevno područje za distribuciju, a posebice tiskovina kod kojih su specifični distributivni zahtjevi u dijelu koji se odnosi na vremenske rokove dostave samih tiskovina na prodajna mjesta.

AZTN ovdje dodatno navodi kako je u razdoblju provođenja ovog istraživanja tijekom 2025. godine došlo do određenih promjena na tržištu. Od 1. veljače 2025. umjesto poduzetnika TISAK plus, novi distributer tiskovina postao je poduzetnik Distribucija tiskanih medija d.o.o.

Također, nova okolnost na tržištu tijekom 2025. godine je određivanje usluge distribucije tiska na području RH uslugom od općeg gospodarskog interesa („Narodne novine“, br. 64/2025.). Nastavno na navedeno, 30. lipnja 2025. godine potpisan je Ugovor o pružanju usluge distribucije tiskanih medija kao usluge od općeg gospodarskog interesa između Ministarstva kulture i medija i Hrvatske pošte d.d.

Detaljnije o stanju na tržištu tiska u 2025. godini bit će istraženo u sljedećem istraživanju predmetnog tržišta.