

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

rujan 2025.

## **Prikaz stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2024. godini**

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) provela je istraživanje tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (dalje u tekstu: trgovina na malo mješovitom robom) u Republici Hrvatskoj (dalje u tekstu: RH) u 2024. godini.

U predmetnom istraživanju trgovine na malo mješovitom robom za 2024. godinu, uzorak su činili poduzetnici, njih 41, koji prema ostvarenim prihodima predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na spomenutom tržištu.

U odnosu na 2023. godinu, u 2024. godini je tri trgovca manje. To su La-Vor Trade i Decentia, koje je preuzeo Studenac, odnosno TP Varaždin, kojeg je preuzeo Narodni trgovački lanac (dalje u tekstu: NTL). Međutim, uvodno se naglašava kako sami kvalitativni i kvantitativni pokazatelji o prodajnim mjestima u kojima su ranije poslovali La-Vor Trade i Decentia su obuhvaćeni kroz upitnike Studencu i NTL-u te postoji kontinuitet praćenja stanja na tržištu i u odnosu na ta prodajna mjesta.

### **Opći pokazatelji stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom**

Prihodi u trgovini na malo mješovitom robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranoj 2024. godini iznosili su 8,41 milijardi eura. U 2024. bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu od 679 milijuna eura u odnosu na prethodnu 2023. godinu, u kojoj su iznosili 7,73 milijardi eura te proizlazi rast od 8,8 posto.

U odnosu na rezultate istraživanja za 2023. godinu, bilježi se usporavanje rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom svih trgovaca iz uzorka, kada je bilježio dvoznamenkasti rast prihoda (1,07 milijardi eura, odnosno 16,1 posto).

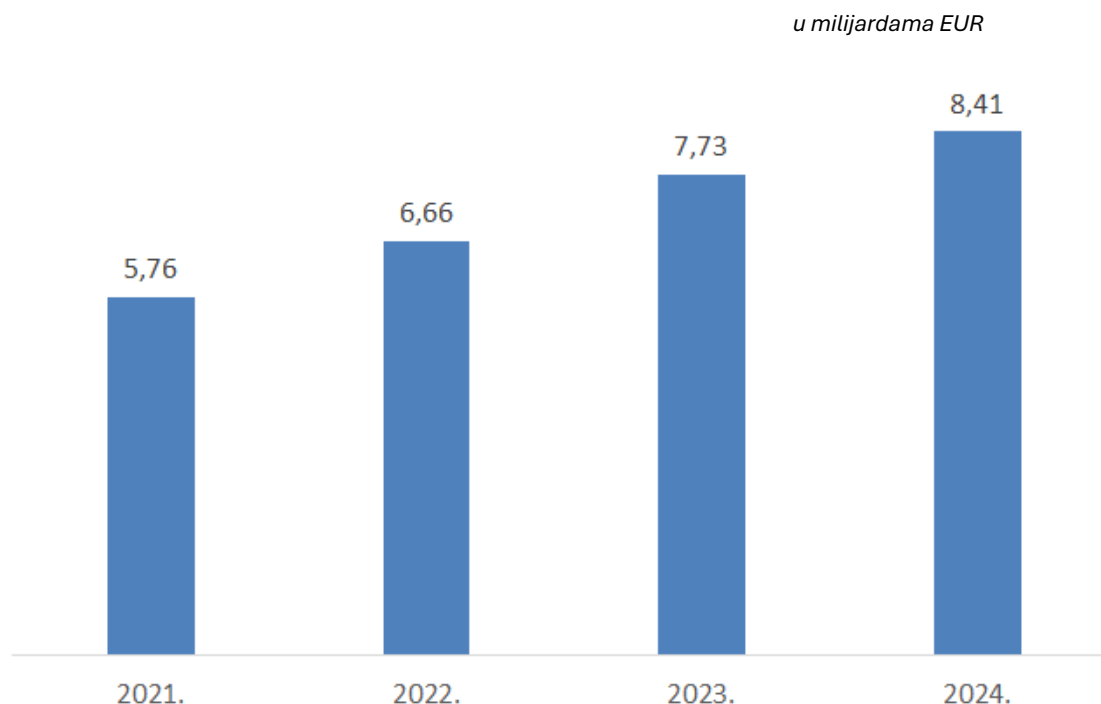
Ovo je na određeni način u korelaciji s padom indeksa potrošačkih cijena u dijelu koji se odnosi na komponentu „Hrana i bezalkoholna pića“, koju prati Državni zavod za statistiku. Naime, relevantni indeks potrošačkih cijena za tu komponentu u 2024. godini iznosio je 3,9 posto, dok je isti u 2023. godini iznosio 12,7 posto<sup>1</sup>. Stoga je razumno zaključiti i pretpostaviti da su na nominalni rast prihoda trgovaca koji se bilježi u 2024. godini u određenoj mjeri utjecala izražena inflatorna kretanja.

Na slici 1. grafički se prikazuju ukupni prihodi svih trgovaca od trgovine na malo mješovitom robom u RH, u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

---

<sup>1</sup> Izvor: „Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2023.“, priopćenje DZS-a od 16. siječnja 2024., CIJ-2023-1-1/12, „Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2024.“, priopćenje DZS-a od 16. siječnja 2025., CIJ-2024-1-1/12)

Slika 1. Grafički prikaz prihoda iz trgovine na malo mješovitom robom u razdoblju od 2021. do 2024. godine



*Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2020.-2024.*

U 2024. godini bilježi se ukupno 5.266 prodajnih mjesta svih trgovaca iz uzorka AZTN-a, što je 126 prodajnih mjesta više nego u prethodnom istraživanju za 2023. godinu (5.140 prodajnih mjesta), što predstavlja rast od 2,5 posto.

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2024. godini iznosila je 1,635 milijuna kvadratnih metara, dok su rezultati istraživanja za 2023. godinu pokazali ukupnu neto prodajnu površinu svih prodajnih mjesta trgovaca u iznosu od 1,6 milijuna kvadratnih metara. Ujedno se bilježi rast neto prodajne površine u 2024. godini u iznosu od 34,6 tisuća kvadratnih metara više, što predstavlja porast od 2,2 posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom i u 2024. godini je Konzum plus. Njegov tržišni udio u 2024. godini iznosio je [20-30] posto, te unatoč nominalnom rastu prihoda, bilježi blagi pad tržišnog udjela u odnosu na 2023. godinu. U 2024. godini ima 636 prodajnih mjesta, jedno manje nego u istraživanju za 2023. godinu.

Ovdje se naglašava kako se gore navedeni podatak o tržišnom udjelu Konzuma plus, kao i svi ostali tržišni udjeli poduzetnika prikazuju u rasponu podataka, a ne u točnom iznosu iz razloga što su isti izvedeni iz dostavljenih podataka koji su od poduzetnika naznačeni kao poslovna tajna.

Članice Schwarz Grupe zajedno bilježe tržišni udio od ukupno [20-30] posto i rast prihoda. Gledajući zasebno svaku članicu, tržišni udio Lidla u promatranoj 2024. godini iznosi [10-20] posto i ima 109 prodajnih mjesta. Sva prodajna mjesta Lidla su velikog formata, tipa supermarketi. Druga članica Schwarz Grupe, Kaufland, bilježi tržišni udio od [5-10] posto te ima ukupno 50 prodajnih mjesta, dva više nego u prethodnoj 2023. godini. Kao i Lidl, i Kaufland ima isključivo prodajna mjesta velikog formata, odnosno supermarkete i hipermarkete. Iako su

članice Schwarz Grupe zajedno ostvarile nominalno najveći rast prihoda u 2024. godini, obje članice bilježe blago smanjenje tržišnog udjela.

Od 41 poduzetnika u uzorku, u promatranoj 2024. godini, njih 35 bilježi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom.

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom ponovno bilježi Konzum plus. Zatim slijedi Studenac (oba bilježe rast prihoda u iznosu većem od 100 milijuna eura). Treći po rastu prihoda je Lidl, a slijede ga Plodine, Spar i Kaufland (sva četiri bilježe rast prihoda u iznosu od 50 do 100 milijuna eura). Slijede NTL, Tommy, Eurospin i KTC (sva četiri bilježe rast prihoda u iznosu od 20 do 50 milijuna eura).

Kao i u istraživanju za prethodnu 2023. godinu, i u 2024. godini u trgovini na malo mješovitom robom, Studenac bilježi značajan rast prihoda i tržišnog udjela. Rast prihoda u određenom dijelu rezultat je preuzimanja Decentije te La-Vor Tradea, ali i organskog rasta. Studenac je u zadnje tri godine preuzeo ukupno šest poduzetnika prisutnih na mjerodavnom tržištu, jer je u 2022. i 2023. godini preuzeo Duravit, Kordun, Strahinjčicu te Špar iz Bjelovara. U 2024. godini raspolagao je s 1.411 prodajnih mjesta, što je 154 prodajna mjesta više nego u istraživanju za 2023. godinu te ima prodajna mjesta u svim županijama. Po prvi put bilježi učinak u Vukovarsko-srijemskoj županiji. U portfelju prodajnih mjesta Studenca dominiraju prodajna mjesta manjeg formata, odnosno male prodavaonice i samoposluge.

Od prvih pet trgovaca na malo mješovitom robom, jedino Plodine bilježe dvoznamenkasti rast prihoda i rast tržišnog udjela. Tržišni udio Plodina u promatranoj 2024. godini iznosi [10-20] posto, te su na trećoj poziciji, nakon Konzuma plus i Lidla. Bilježe 143 prodajna mjesta. Kao i članice Schwarz Grupe, i Plodine imaju prodajna mjesta isključivo velikog formata, odnosno supermarkete i hipermarkete. Promatrajući prvih deset trgovaca na malo, uz Plodine, još NTL, Studenac i KTC bilježe dvoznamenkasti rast prihoda, iskazano u postotnim iznosima.

Od ostalih trgovaca na malo mješovitom robom, s dvoznamenkastim rastom prihoda u postotnom iznosu ističe se Eurospin, koji bilježi šest prodajnih mjesta više u 2024. godini nego u 2023. Sva prodajna mjesta Eurospina su tipa supermarketi. Eurospin krajem 2024. godine bilježi 29 prodajnih mjesta na području 15 županija i u Gradu Zagrebu, te bilježi nova prodajna mjesta u tri nove županije: Virovitičko-podravskoj, Karlovačkoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji. Eurospin u 2024. godini bilježi pomak na 11. poziciju na tržištu RH.

U 2024. godini, regionalni trgovci koji su ostvarili značajniji rast prihoda u nominalnom iznosu su Boso (između 10 i 20 milijuna eura), Ribola, Djelo Vodice, Trgovina Krk, Bakmaz, NewMIP, te Slavonija Bošković, koji bilježe rast prihoda u iznosu od 5 do 10 milijuna eura.

### **„Top 10“ trgovaca na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2024. godini**

U tablici 1. prikazani su deset najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2024. godini prema ostvarenim prihodima.

Tablica 1. „Top 10“ trgovaca u Republici Hrvatskoj u 2024. godini

|     | Poduzetnik           | Tržišni udio u 2024. godini |
|-----|----------------------|-----------------------------|
| 1.  | KONZUM plus          | [20-30] %                   |
| 2.  | LIDL                 | [10-20] %                   |
| 3.  | PLODINE              | [10-20] %                   |
| 4.  | SPAR                 | [10-20] %                   |
| 5.  | KAUFLAND             | [5-10] %                    |
| 6.  | STUDENAC             | [5-10] %                    |
| 7.  | TOMMY                | [5-10] %                    |
| 8.  | KTC                  | [0-5] %                     |
| 9.  | NTL                  | [0-5] %                     |
| 10. | TRGOVINA KRK         | [0-5] %                     |
|     | Prvih 10 trgovaca:   | 87,8%                       |
|     | Ostalih 31 trgovaca: | 12,2%                       |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

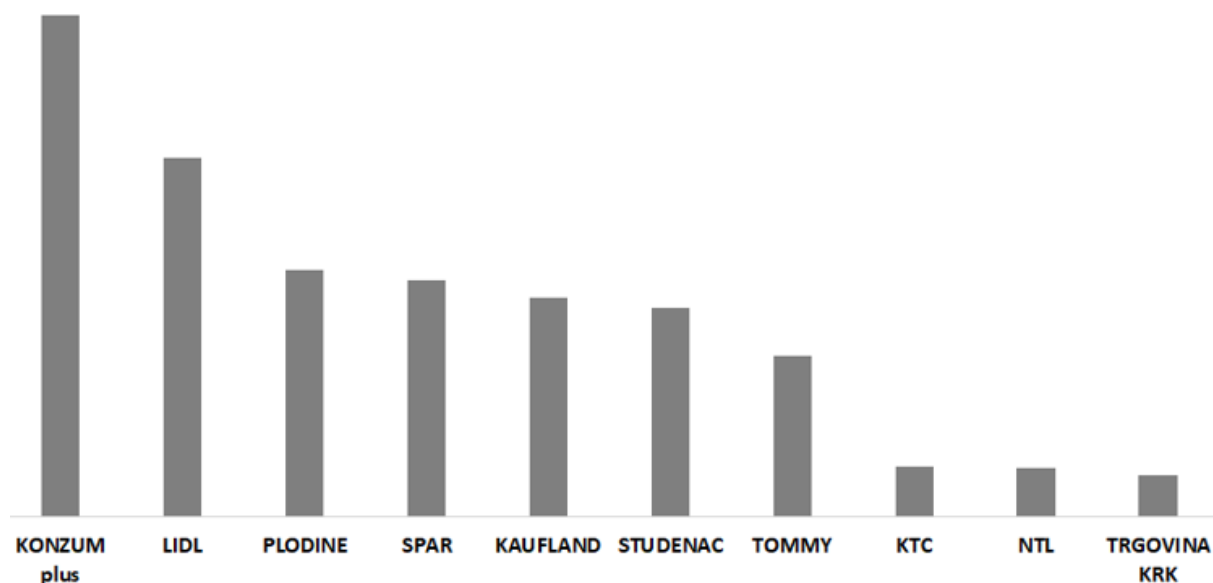
Iz podataka prikazanih u tablici 1. proizlazi kako „Top 10“ najvećih trgovaca u 2024. godini čine Konzum plus, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland, Studenac, Tommy, KTC, NTL te Trgovina Krk.

Rezultati istraživanja pokazali su da se ne bilježe promjene u prvih deset trgovaca na malo u promatranoj 2024. godini, u smislu da je pojedini trgovac na malo izašao ili ušao u ljestvicu „Top 10“ prema ostvarenome prihodu. No, bilježi se jedna promjena u poretku trgovaca na malo, jer se NTL probio na devetu poziciju. Nadalje, u promatranoj 2024. godini, prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom bilježi zbirni prihod od 7,4 milijarde eura. U odnosu na prethodno istraživanje za 2023., rast prihoda „Top 10“ trgovaca na malo iznosi 676 milijuna eura, odnosno deset posto. Naime, zbirni prihod u trgovini na malo mješovitom robom prvih deset trgovaca u 2023. godini bio je 6,7 milijardi eura.

Najveći rast tržišnog udjela u 2024. godini u trgovini na malo mješovitom robom ostvarili su Studenac i NTL. To su ujedno poduzetnici koji su preuzeli maloprodajni segment poslovanja nekog od konkurenata iz uzorka AZTN (Studenac je preuzeo Decentiju i La-Vor Trade, NTL je preuzeo TP Varaždin). Slijede ih s blagim rastom tržišnog udjela Plodine i KTC. Blago smanjenje tržišnog udjela bilježe Lidl, Konzum plus i Trgovina Krk.

Na slici 2. grafički je prikazan odnos tržišnih udjela deset najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2024. godini.

Slika 2. Grafički prikaz odnosa tržišnih udjela „Top 10“ najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u RH u 2024. godini



Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

### Pokazatelji koncentracije tržišta: CR<sub>10</sub> bilježi rast, CR<sub>5</sub> blago je pao

Na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2024. godini bilježi se blago povećanje asimetrije između tržišnog lidera Konzuma plus i Lidla.

U promatranjoj 2024. godini bilježe se određene promjene u koncentraciji tržišta temeljem pokazatelja koncentracije CR<sub>10</sub>, odnosno udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom. Tako, pokazatelj CR<sub>10</sub> u 2024. godini iznosi 87,8, što znači da prvih deset trgovaca na malo zajedno čine 87,8 posto ukupnih prihoda ostvarenih u trgovini na malo. Ovo je ujedno i nastavak trenda rasta tog pokazatelja, jer je u 2023. godini pokazatelj CR<sub>10</sub> iznosio 86,7, a u 2022. godini 86,4.

Rast pokazatelja CR<sub>10</sub> je prvenstveno zbog značajnijeg rasta tržišnog udjela Studenca i NTL-a.

U tablici 2. prikazani su povijesni podaci o pokazateljima koncentracije tržišta (CR<sub>5</sub>, CR<sub>10</sub>, te Herfindahl-Hirschmanov indeks - HHI) maloprodaje mješovitom robom u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2006. do 2024.

Tablica 2. Pokazatelji koncentracije tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2024. godine

| Godina | HH indeks | CR <sub>5</sub> | CR <sub>10</sub> |
|--------|-----------|-----------------|------------------|
| 2006.  | 994       | 53,4            | 70,9             |
| 2007.  | 984       | 51,3            | 70,6             |
| 2008.  | 1.041     | 52,4            | 71,1             |
| 2009.  | 1.098     | 53,9            | 73,1             |
| 2010.  | 1.152     | 58,3            | 77,3             |
| 2011.  | 1.165     | 59,7            | 77,9             |
| 2012.  | 1.152     | 59,3            | 79               |
| 2013.  | 1.160     | 60,3            | 80,4             |
| 2014.  | 1.205     | 63              | 81               |
| 2015.  | 1.256     | 65,3            | 82,4             |
| 2016.  | 1.221     | 65,1            | 82,1             |
| 2017.  | 1.388     | 66,2            | 82,2             |
| 2018.  | 1.352     | 66              | 81,8             |
| 2019.  | 1.380     | 66              | 82,7             |
| 2020.  | 1.371     | 66,1            | 83,4             |
| 2021.  | 1.366     | 66,2            | 83,5             |
| 2022.  | 1.405     | 66,2            | 86,4             |
| 2023.  | 1.408     | 66,4            | 86,7             |
| 2024.  | 1.409     | 66,3            | 87,8             |

Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006.-2024.

Rezultati istraživanja pokazuju da se tržišni pokazatelj CR<sub>5</sub> blago smanjio za 0,1 postotni bod i u 2024. godini iznosi 66,3, dok je u prethodnoj, 2023. godini, taj pokazatelj iznosio 66,4. Vrijednost pokazatelja CR<sub>5</sub> od 66,3 boda pokazuje kako prvih pet trgovaca na malo u 2024. godini zajedno bilježe nešto manje od dvije trećine tržišta maloprodaje mješovitom robom u RH.

Ujedno se bilježi blaga promjena tog pokazatelja zbirnog tržišnog udjela pet najvećih trgovaca (Konzum, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland), odnosno blagi pad pokazatelja CR<sub>5</sub>, kao i drukčije vrijednosti tržišnih udjela odnosno drukčija „raspodjela“ tržišnih udjela u 2024. u odnosu na 2023. godinu.

Ako promatramo Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI), rezultati istraživanja pokazuju da je HHI za 2024. godinu na tržištu maloprodaje mješovitom robom 1.409 bodova (u 2023. bio je 1.408 bodova), iz čega proizlazi zaključak da je tržište maloprodaje mješovitom robom na razini RH nekoncentrirano, odnosno da je relativno konkurentno.

Na slici 3. grafički je prikazan trend kretanja HHI tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2024. godine.

Slika 3. HHI tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2024. godine

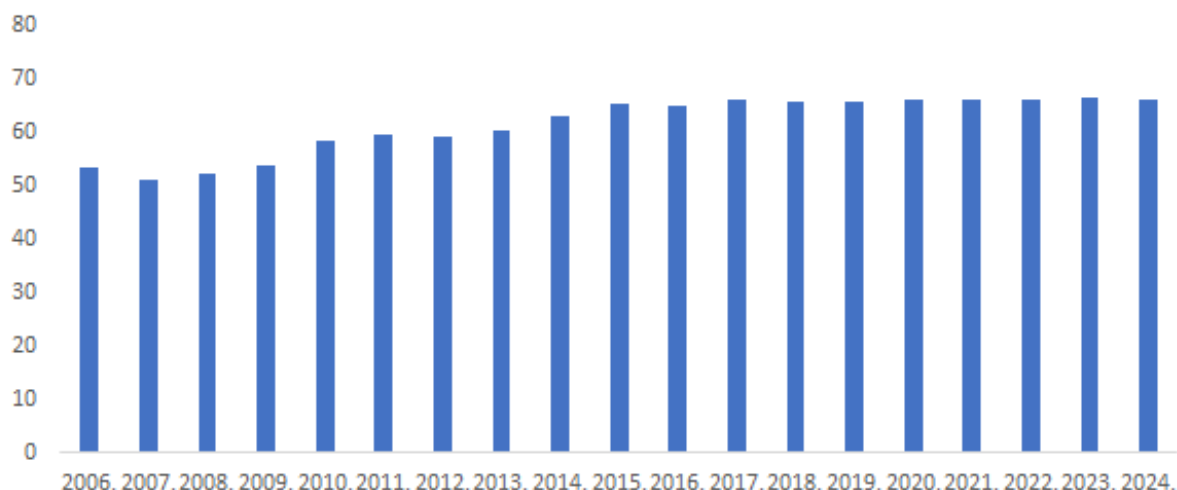


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2024. godine

Iz grafičkog prikaza na slici 3. proizlazi zaključak o trendu rasta HHI indeksa u razdoblju od 2006. do 2024. godine. Od 2017. godine taj rast je slabije izražen, odnosno relativno je stabilan pokazatelj. Tako je HHI u 2017. godini iznosio 1.388 bodova, a u posljednjoj, 2024. godini iznosio je 1.408 bodova, što je neznatan rast.

Na slici 4. grafički je prikazan pokazatelj koncentracije tržišta CR<sub>5</sub> u razdoblju od 2006. do 2024. godine

Slika 4. Grafički prikaz pokazatelja koncentracije CR<sub>5</sub> u razdoblju od 2006. do 2024. godine



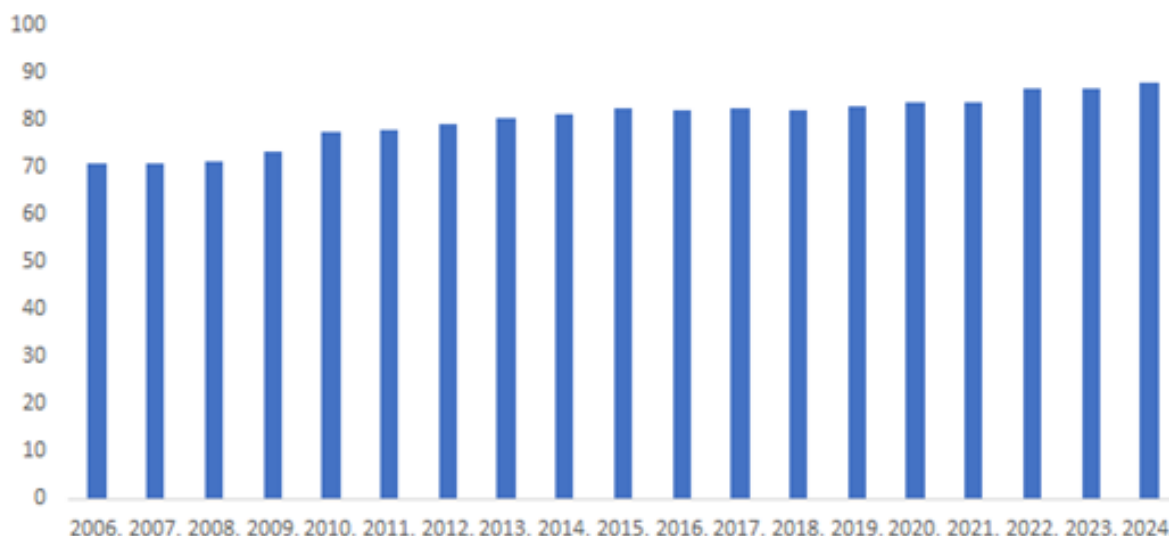
Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2024. godine

Temeljem podataka iz tablice 2. i grafičkog prikaza sa slike 4. može se zaključiti da je i pokazatelj CR<sub>5</sub>, kao i HHI imao trend rasta od 2006. godine sve do 2017. godine, nakon čega je od 2017.

godine nadalje bilježio stabilne i ujednačene vrijednosti uz manje oscilacije po pojedinoj godini. U odnosu na 2023. godinu, pokazatelj  $CR_5$  je blago smanjen i iznosi 66,3.

Na slici 5. grafički je prikazan pokazatelj koncentracije tržišta  $CR_{10}$  u razdoblju od 2006. do 2024. godine.

Slika 5. Grafički prikaz pokazatelja  $CR_{10}$  u razdoblju od 2006. do 2024. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2024. godine

Iz grafičkog prikaza na slici 5. proizlazi da se u 2024. godini bilježi blagi rast pokazatelja  $CR_{10}$  u odnosu na 2023. godinu. Tako u 2024. godini pokazatelj  $CR_{10}$  iznosi 87,8 bodova, dok je u 2023. godini iznosio 86,7 bodova. Rast tog pokazatelja u većoj mjeri posljedica je rasta tržišnog udjela Studenca i NTL-a, te u manjoj mjeri nekih od članova „Top 10“ najvećih trgovaca na malo mješovitom robom (Plodine, KTC).

Promatrajući trend, pokazatelj  $CR_{10}$  bilježi rast od 2006. do 2015. godine, od 2016. do 2021. godine bilježio stabilne, ujednačene vrijednosti, te je od 2022. godine ponovno zabilježen blagi rast.

### Stanje na tržištu maloprodaje i promjene u redoslijedu trgovaca po županijama i gradovima

Najveći broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka AZTN-a u 2024. godini je u Gradu Zagrebu (18), zatim u Zagrebačkoj županiji (17), u Primorsko-goranskoj županiji (16), Varaždinskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji (15), Osječko-baranjskoj, Krapinsko-zagorskoj, Koprivničko-križevačkoj, Brodsko-posavskoj, Požeško-slavonskoj, Zadarskoj i Virovitičko-podravskoj županiji (po 14 u svakoj od tih županija).

Najmanji broj trgovaca na malo mješovitom robom je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji (8), u Ličko-senjskoj županiji (9), te u Međimurskoj i Sisačko-moslavačkoj županiji (11).

Radi usporedbe, u prethodnoj 2023. godini najveći broj trgovaca na malo bilježio se također u Gradu Zagrebu (19), zatim u Zagrebačkoj (18), te u Primorsko-goranskoj (17) županiji. U

određenim županijama i u Gradu Zagrebu bilježi se određeno smanjenje broja trgovaca na malo. Primjerice, jedan trgovac na malo manje je u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji, a to je Decentia, čija je prodajna mjesta preuzeo Studenac.

Studenac u 2024. godini po prvi put bilježi prodajno mjesto u Vukovarsko-srijemskoj županiji, u kojoj se bilježi 13 trgovaca na malo mješovitom robom u uzorku AZTN-a, te po prvi put bilježi prodajna mjesta u svim županijama i Gradu Zagrebu. Eurospin također po prvi put bilježi prodajno mjesto u Vukovarsko-srijemskoj županiji, i to u Vinkovcima, gdje je otvorio supermarket u prosincu 2024. godine.

Isto kao i u prethodnoj 2023. godini, i u 2024. godini u svim županijama i Gradu Zagrebu bilježi se rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Za razliku od 2023. godine, nominalni rast prihoda u promatranoj 2024. godini slabije je izražen po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu. Iznimka je Koprivničko-križevačka županija, u kojoj se bilježi jače izražen rast prihoda trgovaca na malo u odnosu na rast prihoda u 2023., u odnosu na 2022. godinu, i to iz razloga značajnijeg rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom KTC-a u toj županiji. U toj županiji ujedno se bilježi 13 prodajnih mjesta više u usporedbi s prethodnom 2023. godinom.

Najveći prihod od trgovine na malo mješovitom robom u 2024. godini ostvaren je u Gradu Zagrebu, koji je najvažnije lokalno i regionalno maloprodajno tržište na području RH, i to u iznosu od 1,4 milijardi eura, što predstavlja rast od 109,4 milijuna eura, odnosno 8,3 posto. U prethodnoj 2023. godini u Gradu Zagrebu ostvareno je ukupno 1,3 milijardi eura prihoda, kada je zabilježen rast od 14,7 posto.

Slijedi Splitsko-dalmatinska županija, u kojoj su u 2024. godini ostvareni prihodi od 1,1 milijardu eura, što je 84,6 milijuna eura više nego u 2023. godini, odnosno rast od 8,2 posto.

Grad Zagreb i Splitsko-dalmatinska županija su ujedno jedine dvije regije koje bilježe prihode od trgovine na malo mješovitom robom u iznosu većem od jedne milijarde eura.

U Primorsko-goranskoj županiji bilježe se prihodi od 717 milijuna eura, u Istarskoj županiji od 646 milijuna eura, u Zadarskoj županiji od 574 milijuna eura, u Zagrebačkoj županiji od 557 milijuna eura i u Osječko-baranjskoj županiji od 447 milijuna eura.

U preostalih 14 županija bilježe se prihodi u iznosima manjim od 400 milijuna eura. Prihodi od 200 do 400 milijuna eura bilježe osam županija: Dubrovačko-neretvanska (332 milijuna eura), Šibensko-kninska (313 milijuna eura), Sisačko-moslavačka (271 milijun eura), Varaždinska (262 milijuna eura), Vukovarsko-srijemska (239 milijuna eura), Krapinsko-zagorska (219 milijuna eura), Karlovačka (204 milijuna eura) te Brodsko-posavska (203,7 milijuna eura). U preostalih šest županija bilježe se prihodi od 100 do 200 milijuna eura: Koprivničko-križevačkoj, Međimurskoj, Bjelovarsko-bilogorskoj, Virovitičko-podravskoj, Požeško-slavonskoj i Ličko-senjskoj županiji.

Za razliku od pokazatelja za 2023. godinu, u 2024. godini bilježi se više od 100 milijuna eura prihoda u Požeško-slavonskoj i Ličko-senjskoj županiji.

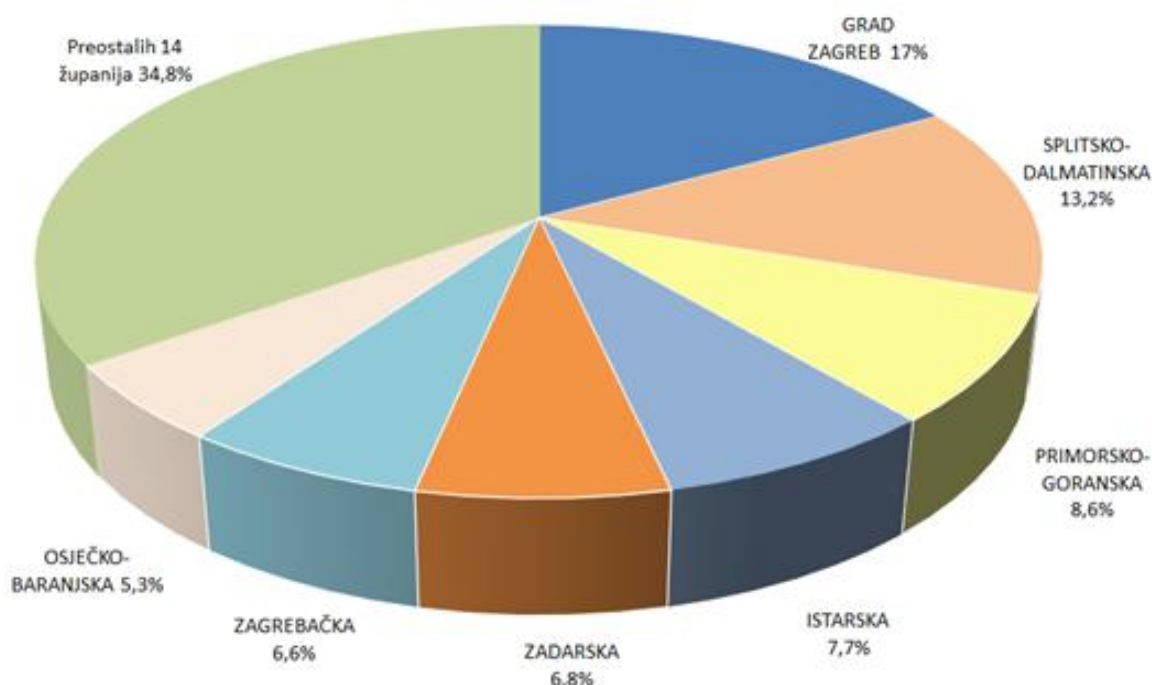
U Gradu Zagrebu i šest županija (Splitsko-dalmatinskoj, Primorsko-goranskoj, Istarskoj, Zadarskoj, Zagrebačkoj i Osječko-baranjskoj) ostvareno je nešto manje od dvije trećine (65,2 posto) ukupnog prihoda od trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2024. godini. Ujedno se bilježi neznatan pad pokazatelja, jer je u 2023. ovaj pokazatelj iznosio 65,6 posto, a u 2022. godini 65,8 posto.

Promatrajući isti pokazatelj za posljednje tri godine, zaključuje se da je uočljiv trend blagog pada udjela prihoda u strukturi, promatranog za Grad Zagreb i prvih šest navedenih županija (65,8 posto u 2022. godini; 65,6 posto u 2023. godini; 65,2 posto u 2024. godini). S druge strane, isto također ukazuje na postupno blago jačanje udjela prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u strukturi preostalih 14 županija (34,2 posto u 2022. godini; 34,4 posto u 2023. godini; 34,8 posto u 2024. godini).

U preostalih 14 županija ostvareno je nešto više od jedne trećine ukupnih prihoda od trgovine na malo mješovitom robom u 2024. godini, točnije 34,8 posto.

Na slici 6. grafički je prikazana struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2024. godini, promatrano po udjelu pojedinih županija i Grada Zagreba u strukturi tržišta.

Slika 6. Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2024. godini po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Iz grafičkog prikaza sa slike 6. proizlaze ranije navedeni zaključci. Vidljivo je da su u promatranoj 2024. godini najveći prihodi od trgovine na malo mješovitom robom ostvareni u Gradu Zagrebu, na koji otpada 17 posto ukupnih prihoda trgovaca (17,1 posto u 2023. godini). Slijede Splitsko-dalmatinska županija s 13,2 posto (13,3 posto u 2023.), Primorsko-goranska županija s 8,6 posto (8,8 posto u 2023.), Istarska županija s 7,7 posto (7,9 posto u 2023.), Zadarska županija s 6,8 posto (6,8 posto u 2023.), Zagrebačka županija s 6,6 posto (6,5 posto u 2023.) te Osječko-baranjska županija s 5,3 posto (5,2 posto u 2023.).

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom koji su ostvarili trgovci iz uzorka po pojedinom regionalnom tržištu u 2024. godini bilježi Grad Zagreb, u kojem je ostvaren rast prihoda od 109,4 milijuna eura, odnosno 8,3 posto, što je blaže izražen rast prihoda u odnosu na 2023. godinu, kada je rast iznosio 169 milijuna eura, odnosno 14,7 posto. Slijedi Splitsko-

dalmatinska županija, koja bilježi rast prihoda od 84,6 milijuna eura, odnosno 8,2 posto. Zatim slijedi Zagrebačka županija u kojoj se bilježi rast prihoda od 52,2 milijuna eura (rast od 10,3 posto), Zadarska županija u kojoj se bilježi rast prihoda od 52 milijuna eura (rast od 10 posto), Osječko-baranjska županija u kojoj se bilježi rast prihoda od 44,3 milijuna eura (rast od 11 posto), Primorsko-goranska županija s rastom prihoda od 38 milijuna eura (rast od 5,6 posto), te Istarska županija s rastom prihoda od 31,8 milijuna eura (rast od 5,2 posto). Ostale županije bilježe rast u iznosu manjem od 30 milijuna eura.

Najmanji nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2024. godini bilježe Virovitičko-podravska županija (6,1 milijuna eura), Požeško-slavonska županija (10,2 milijuna eura) te Ličko-senjska županija (12,1 milijuna eura).

Najveći postotni rast bilježi Koprivničko-križevačka županija, i to u iznosu od 14 posto. U navedenoj županiji zabilježen je nominalni rast prihoda od 23,3 milijuna eura. Slijedi Vukovarsko-srijemska županija s postotnim rastom prihoda trgovaca na malo od 12,6 posto. Podsjeća se da su po prvi puta u toj županiji prodajna mjesta otvorili Studenac i Eurospin.

Za razliku od 2023. godine, kada je u svim županijama i Gradu Zagrebu bilježen dvoznamenkasti rast prihoda u postotnom iznosu u 2023. godini u odnosu na 2022., u promatranoj 2024. godini u deset županija bilježi se dvoznamenkasti rast u iznosu od 10 do 14 posto.

Promatrano prema pojedinim poduzetnicima, prihode od trgovine na malo mješovitom robom, trendove i tržišne udjele u Gradu Zagrebu i pojedinim županijama u 2024. godini, bilježi se veći broj promjena na vodećim pozicijama u pojedinim županijama. Ističu se Plodine koje su u 2024. godini postale vodeći trgovac u Ličko-senjskoj i Zadarskoj županiji, a već su od ranije bile vodeći trgovac u Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji.

Konzum plus je u 2024. godini vodeći trgovac na malo u Gradu Zagrebu i pet županija (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Karlovačka i Osječko-baranjska). Na drugom je mjestu u Primorsko-goranskoj, Ličko-senjskoj, Šibensko-kninskoj, Vukovarsko-srijemskoj, Dubrovačko-neretvanskoj i Međimurskoj županiji.

Članice Schwarz Grupe, Lidl i Kaufland bilježe određene promjene u poretku. Gledano na razini grupe, vodeći su trgovci u tri županije. Lidl je u 2024. godini postao lider u Virovitičko-podravskoj županiji, ali je za razliku od 2023. godine u Koprivničko-križevačkoj županiji vodeću poziciju preuzeo KTC, kojemu je to matična županija. Kaufland je zadržao vodeću poziciju u Brodsko-posavskoj županiji, a u Požeško-slavonskoj županiji je preuzeo vodeću poziciju.

Nadalje, Lidl je i u 2024. godini na drugom mjestu u šest županija: Zagrebačkoj, Varaždinskoj, Karlovačkoj, Koprivničko-križevačkoj, Bjelovarsko-bilogorskoj i Istarskoj županiji. Ima ukupno 109 prodajnih mjesta u svim županijama i u Gradu Zagrebu. Kaufland ima 50 prodajnih mjesta u 19 županija i Gradu Zagrebu. Prodajno mjesto nema u Ličko-senjskoj županiji. Obje članice Schwarz Grupe imaju prodajna mjesta isključivo velikog formata (supermarkete i hipermarkete).

Plodine su u 2024. godini na prvom mjestu u matičnoj Primorsko-goranskoj županiji i u Istarskoj županiji. Po prvi put su na vodećoj poziciji u Ličko-senjskoj i Zadarskoj županiji. U Zadarskoj županiji u kolovozu 2024. godine otvorili su prodajno mjesto u Privlaci i Malom Pašmanu. Na kraju promatrane 2024. godine, Plodine bilježe 143 prodajna mjesta, sva velikog formata (supermarketi i hipermarketi). Najviše prodajnih mjesta imaju u Primorsko-goranskoj županiji (25 prodajnih mjesta) i u Istarskoj županiji (21 prodajno mjesto).

Spar u 2024. godini bilježi prihode na području 19 županija i u Gradu Zagrebu. Prodajno mjesto nema jedino u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Ima 142 prodajna mjesta (četiri više nego u 2023. godini), od kojih najviše otpada na supermarkete (95 prodajnih mjesta, odnosno nešto više od dvije trećine ukupnih prodajnih mjesta). Najveći broj prodajnih mjesta ima u Gradu Zagrebu (54 prodajna mjesta) i Primorsko-goranskoj županiji (11 prodajnih mjesta).

Studenac u 2024. godini ima prodajna mjesta u svim županijama i Gradu Zagrebu te je najveći trgovac na malo prema broju prodajnih mjesta, ukupno 1.411 prodajnih mjesta. Bilježi 154 prodajna mjesta više nego u 2023. godini. Radi usporedbe, u prethodnoj 2023. godini imao je prodajna mjesta u svim županijama i Gradu Zagrebu, osim u Vukovarsko-srijemskoj županiji, dok je u 2022. godini imao prodajna mjesta u 15 županija i Gradu Zagrebu.

Po ostvarenim prihodima, u promatranoj 2024. godini Studenac je na prvom mjestu u Dubrovačko-neretvanskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Na drugom je mjestu u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj i u Sisačko-moslavačkoj županiji, na trećoj poziciji u Zadarskoj županiji, a u Istarskoj županiji je prestigao Kaufland na četvrtom mjestu. Značajan je trgovac u regiji Jadranska Hrvatska.

Tommy je prisutan u devet županija i u Gradu Zagrebu. Ima 223 prodajna mjesta, od kojih najviše otpada na supermarkete (57 posto). U 2024. godini najviše prihoda ostvario je na području matične Splitsko-dalmatinske županije, nešto više od polovice ukupnih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, u kojoj je i vodeći trgovac na malo mješovitom robom. Uz Splitsko-dalmatinsku županiju, na prvom je mjestu i u Šibensko-kninskoj županiji.

KTC je prisutan u deset županija. U 2024. godini, u matičnoj Koprivničko-križevačkoj županiji, postao je vodeći trgovac, prestigavši Lidl, a u Virovitičko-podravskoj županiji nalazi se na drugoj poziciji, gdje je lider postao Lidl. Drugim riječima, KTC i Lidl zamijenili su se na vodećim mjestima u navedenim županijama. Ukupno raspolaže s 30 prodajnih mjesta velikog formata.

NTL d.o.o. je prisutan u deset županija i Gradu Zagrebu. Po prvi put bilježi učinak u Međimurskoj županiji, zbog preuzimanja maloprodaje TP Varaždin. Imao je 355 prodajnih mjesta, pretežito malog formata. Na drugom je mjestu u Osječko-baranjskoj županiji, u kojoj bilježi najveći broj prodajnih mjesta (180).

Trgovina Krk ostala je 2024. godine vodeći trgovac na malo u Međimurskoj županiji. Ima ukupno 393 prodajna mjesta u deset županija i Gradu Zagrebu, koja su pretežito malog formata. Najviše prodajnih mjesta ima u matičnoj Primorsko-goranskoj županiji. Unazad nekoliko godina proširila se iz lokalnog trgovca u trgovca koji ima prodajna mjesta i u Sjevernoj i Panonskoj Hrvatskoj. Članica je NTL grupacije.

Od lokalnih trgovaca na malo mješovitom robom, u 2024. godini valja izdvojiti Bosu, koji je i dalje vodeći trgovac na malo u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Boso je također članica NTL grupacije. Uz Boso, valja izdvojiti i poduzetnika NewMIP, koji je i dalje vodeći na području Sisačko-moslavačke županije.

U odnosu na strukturu tržišta prema ostvarenim tržišnim udjelima, najbolju strukturu u smislu ne postojanja značajne asimetrije između pojedinih trgovaca, bilježi Požeško-slavonska županija u kojoj se bilježi najmanja razlika između prva tri trgovca s aspekta tržišnih udjela trgovaca na malo. Slijede Zadarska, Bjelovarsko-bilogorska, Brodsko-posavska i Koprivničko-križevačka županija, u kojima je neznatna asimetrija između prva dva trgovca.

### „Top 5“ trgovaca po županijama i Gradu Zagrebu

U nastavku se daje prikaz pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2024. godini po županijama i Gradu Zagrebu.

#### GRAD ZAGREB

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| KONZUM plus | [30-40]%     |
| SPAR        | [10-20]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| KAUFLAND    | [10-20]%     |
| STUDENAC    | [5-10]%      |

#### ZAGREBAČKA ŽUPANIJA

|                   | Tržišni udio |
|-------------------|--------------|
| KONZUM plus       | [30-40]%     |
| LIDL HRVATSKA     | [10-20]%     |
| SPAR HRVATSKA     | [10-20]%     |
| KAUFLAND HRVATSKA | [5-10]%      |
| PLODINE           | [5-10]%      |

#### KRAPINSKO-ZAGORSKA ŽUPANIJA

|                  | Tržišni udio |
|------------------|--------------|
| KONZUM plus      | [20-30]%     |
| TRGOCENTAR ZABOK | [10-20]%     |
| LIDL             | [10-20]%     |
| SPAR             | [5-10]%      |
| TRGOVINA KRK     | [5-10]%      |

#### SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA

|          | Tržišni udio |
|----------|--------------|
| NEWMIP   | [20-30]%     |
| STUDENAC | [10-20]%     |
| LIDL     | [10-20]%     |
| KAUFLAND | [10-20]%     |
| PLODINE  | [5-10]%      |

**KARLOVAČKA ŽUPANIJA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| KONZUM plus | [20-30]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| GAVRANOVIĆ  | [10-20]%     |
| SPAR        | [10-20]%     |
| KAUFLAND    | [10-20]%     |

**VARAŽDINSKA ŽUPANIJA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| KONZUM plus | [20-30]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| SPAR        | [10-20]%     |
| KAUFLAND    | [10-20]%     |
| PLODINE     | [5-10]%      |

**KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA ŽUPANIJA**

|          | Tržišni udio |
|----------|--------------|
| KTC      | [10-20]%     |
| LIDL     | [10-20]%     |
| ROBIN    | [10-20]%     |
| SPAR     | [10-20]%     |
| STUDENAC | [5-10]%      |

**BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA**

|               | Tržišni udio |
|---------------|--------------|
| STUDENAC      | [10-20]%     |
| LIDL HRVATSKA | [10-20]%     |
| KTC           | [10-20]%     |
| KAUFLAND      | [10-20]%     |
| PPK-BJELOVAR  | [10-20]%     |

**PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA**

|              | Tržišni udio |
|--------------|--------------|
| PLODINE      | [20-30]%     |
| KONZUM plus  | [10-20]%     |
| LIDL         | [10-20]%     |
| SPAR         | [10-20]%     |
| TRGOVINA KRK | [5-10]%      |

**LIČKO-SENJSKA ŽUPANIJA**

|                    | Tržišni udio    |
|--------------------|-----------------|
| <b>PLODINE</b>     | <b>[30-40]%</b> |
| <b>KONZUM plus</b> | <b>[20-30]%</b> |
| <b>LIDL</b>        | <b>[10-20]%</b> |
| <b>SPAR</b>        | <b>[5-10]%</b>  |
| <b>STUDENAC</b>    | <b>[5-10]%</b>  |

**VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA**

|                 | Tržišni udio    |
|-----------------|-----------------|
| <b>LIDL</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KTC</b>      | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KAUFLAND</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>NTL</b>      | <b>[10-20]%</b> |
| <b>PLODINE</b>  | <b>[10-20]%</b> |

**POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA**

|                 | Tržišni udio    |
|-----------------|-----------------|
| <b>KAUFLAND</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>NEWMIP</b>   | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KTC</b>      | <b>[10-20]%</b> |
| <b>LIDL</b>     | <b>[5-10]%</b>  |
| <b>SPAR</b>     | <b>[5-10]%</b>  |

**BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA**

|                    | Tržišni udio    |
|--------------------|-----------------|
| <b>KAUFLAND</b>    | <b>[10-20]%</b> |
| <b>BOSO</b>        | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KONZUM plus</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>LIDL</b>        | <b>[10-20]%</b> |
| <b>SPAR</b>        | <b>[5-10]%</b>  |

**ZADARSKA ŽUPANIJA**

|                    | Tržišni udio    |
|--------------------|-----------------|
| <b>PLODINE</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>TOMMY</b>       | <b>[10-20]%</b> |
| <b>STUDENAC</b>    | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KONZUM plus</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>SPAR</b>        | <b>[10-20]%</b> |

**OSJEČKO-BARANJSKA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| KONZUM plus | [20-30]%     |
| NTL         | [10-20]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| SPAR        | [10-20]%     |
| PLODINE     | [10-20]%     |

**ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| TOMMY       | [10-20]%     |
| KONZUM plus | [10-20]%     |
| PLODINE     | [10-20]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| STUDENAC    | [5-10]%      |

**VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA**

|                    | Tržišni udio |
|--------------------|--------------|
| BOSO               | [20-30]%     |
| KONZUM plus        | [10-20]%     |
| KAUFLAND           | [10-20]%     |
| LIDL               | [10-20]%     |
| SLAVONIJA BOŠKOVIĆ | [5-10]%      |

**SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| TOMMY       | [20-30]%     |
| STUDENAC    | [10-20]%     |
| KONZUM plus | [10-20]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| RIBOLA      | [5-10]%      |

**ISTARSKA ŽUPANIJA**

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| PLODINE     | [20-30]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| KONZUM plus | [10-20]%     |
| STUDENAC    | [10-20]%     |
| KAUFLAND    | [10-20]%     |

## DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA

|             | Tržišni udio |
|-------------|--------------|
| STUDENAC    | [20-30]%     |
| KONZUM plus | [20-30]%     |
| TOMMY       | [20-30]%     |
| LIDL        | [10-20]%     |
| PLODINE     | [5-10]%      |

## MEĐIMURSKA ŽUPANIJA

|              | Tržišni udio |
|--------------|--------------|
| TRGOVINA KRK | [20-30]%     |
| KONZUM plus  | [10-20]%     |
| LIDL         | [10-20]%     |
| KTC          | [10-20]%     |
| KAUFLAND     | [5-10]%      |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

U odnosu na rezultate istraživanja za 2023. godinu, u promatranoj 2024. godini bilježe se nekoliko promjena u „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom. Tako su u „Top 5“ trgovaca na malo u Varaždinskoj županiji ušle Plodine, dok je u 2023. godini unutar „Top 5“ bio TP Varaždin. Prodajna mjesta TP Varaždin preuzeo je NTL.

U Koprivničko-križevačkoj županiji, Studenac je na petom mjestu prestigao Dergez, a u Ličko-senjskoj županiji Studenac je na petom mjestu prestigao Gavranović. U Zadarskoj županiji, u prvih pet trgovaca na malo, ušao je Spar.

### Struktura tržišta u Splitu, Rijeci i Osijeku i „Top 5“ trgovaca

U nastavku se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u 2024. godini za gradove Split, Osijek i Rijeku, koji su uz Grad Zagreb najznačajnija regionalna tržišta.

U poretku prvih pet trgovaca na malo u Splitu, Rijeci i Osijeku ne bilježe se promjene u prvih pet trgovaca na malo.

U Splitu, Rijeci i Osijeku u promatranoj 2024. godini, se bilježi slabije izražen nominalni rast prihoda trgovaca na malo u usporedbi s rastom prihoda zabilježenim u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu.

U Splitu su svi trgovci na malo iz uzorka AZTN-a u 2024. godini ostvarili 367 milijuna eura prihoda. Za usporedbu, u prethodnoj 2023. godini ostvarili su ukupno 342,2 milijuna eura prihoda. Rast prihoda u 2024. godini iznosi 24,8 milijuna eura, odnosno sedam posto. Tommy je i nadalje lider, s tržišnim udjelom od [20 – 30] posto. Slijedi Lidl na drugoj poziciji, zatim Spar i Konzum plus. Lidl, Spar i Konzum plus bilježe tržišne udjele od [10 – 20] posto. Studenac je na petoj poziciji s udjelom od [5 – 10] posto.

Prikaz vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Splitu u 2024. godini daje se u tablici 3.

Tablica 3. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2024. godini u Splitu

|                 | Tržišni udio    |
|-----------------|-----------------|
| <b>TOMMY</b>    | <b>[20-30]%</b> |
| <b>LIDL</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>SPAR</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KONZUM</b>   | <b>[10-20]%</b> |
| <b>STUDENAC</b> | <b>[5-10]%</b>  |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

U 2024. godini trgovci na malo mješovitom robom u Splitu bilježe 155 prodajnih mjesta i 67 tisuća kvadratnih metara površine. U odnosu na prethodnu 2023. godinu, u Splitu se bilježi tri prodajna mjesta manje. Najveći broj prodajnih mjesta bilježi Studenac, njih 48. Zatim slijedi Tommy s 36 prodajnih mjesta (jedno manje nego u 2023. godini), Konzum plus s 21 prodajnim mjestom, Ribola s 19 prodajnih mjesta i Victa s 14 prodajnih mjesta.

Sva prodajna mjesta Studenca su malog formata (male prodavaonice i samoposluge). Tommy i Konzum plus u Splitu imaju prodajna mjesta malog i velikog formata (supermarketi i hipermarketi).

Asimetrija između vodećeg trgovca (Tommy) i drugog trgovca (Lidl) u Splitu je značajna, no ujedno se bilježi smanjenje te asimetrije u 2024. u odnosu na 2023. godinu.

U Rijeci su u 2024. godini trgovci na malo mješovitom robom ostvarili ukupno 219,7 milijuna eura prihoda, dok su u prethodnoj 2023. godini ostvarili ukupno 210 milijuna eura prihoda. Rast prihoda u 2024. godini iznosi 9,7 milijuna eura, odnosno 4,6 posto.

Spar je zadržao vodeću poziciju s [20 – 30] posto tržišnog udjela. Na drugom su mjestu Plodine s [20 – 30] posto tržišnog udjela. Slijede članice Schwarz Grupe, Lidl i Kaufland, koje pojedinačno bilježe [10 – 20] posto tržišnog udjela. Na petom je mjestu Konzum plus s [5 – 10] posto tržišnog udjela.

U tablici 4. prikazuje se vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Rijeci u 2024. godini.

Tablica 4. "Top 5" trgovaca na malo mješovitom robom u Rijeci u 2024. godini

|                 | Tržišni udio    |
|-----------------|-----------------|
| <b>SPAR</b>     | <b>[20-30]%</b> |
| <b>PLODINE</b>  | <b>[20-30]%</b> |
| <b>LIDL</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KAUFLAND</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KONZUM</b>   | <b>[5-10]%</b>  |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

U Rijeci se bilježe tri prodajna mjesta manje. Odnosno, bilo je dostupno 96 prodajnih mjesta, što je tri manje u odnosu na 2023. godinu. Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta iznosila je 56 tisuća kvadratnih metara. Najveći broj prodajnih mjesta ima lokalni trgovac Brodokomerc Nova, njih 30, tri manje nego u 2023. godini. Studenac je na drugom mjestu po

broju prodajnih mjesta, ukupno 21, što je jedno više nego u 2023. godini, dok Trgovina Krk raspolaže s 14 prodajnih mjesta.

Brodokomerc Nova ima prodajna mjesta malog formata, ali i devet supermarketa (prodajno mjesto velikog formata). U listopadu 2024. godine Brodokomerc Nova d.d. je preuzet od strane Tommya, a učinak bilježi isključivo na području Primorsko-goranske županije, odnosno Rijeke i okolice (Kraljevica, Bakar, Hreljin, Kostrena). Studenac i Trgovina Krk u Rijeci imaju prodajna mjesta isključivo malog formata (male prodavaonice i samoposluge).

Asimetrija između prvog (Spar) i drugog trgovca na malo mješovitom robom (Plodine) u Rijeci u 2024. godini je neznatna i bilježi se njeno smanjenje.

U *Osijeku* su trgovci na malo mješovitom robom u promatranoj 2024. godini ostvarili ukupan prihod od 184,7 milijuna eura, dok su u prethodnoj 2023. godini ostvarili ukupan prihod od 167,7 milijuna eura. Rast prihoda u 2024. godini iznosi 17 milijuna eura, odnosno 10,1 posto. U *Osijeku* se bilježi blaže izraženi rast prihoda, jer je u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu rast prihoda iznosio 23,6 milijuna eura.

Vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u *Osijeku* u 2024. godini prikazuju se u tablici 5.

Tablica 5. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u *Osijeku* u 2024. godini

|                 | Tržišni udio    |
|-----------------|-----------------|
| <b>KONZUM</b>   | <b>[20-30]%</b> |
| <b>SPAR</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>LIDL</b>     | <b>[10-20]%</b> |
| <b>KAUFLAND</b> | <b>[10-20]%</b> |
| <b>NTL</b>      | <b>[5-10]%</b>  |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Vodeći trgovac na malo u *Osijeku* u 2024. godini je Konzum plus s [20 - 30] posto tržišnog udjela. Slijede ga Spar s [10 - 20] posto tržišnog udjela. Slijede članice Schwarz Grupe, Lidl i Kaufland, koje pojedinačno bilježe [10 - 20] posto tržišnog udjela, te NTL s [5 - 10] posto tržišnog udjela.

U *Osijeku* se bilježi pet više prodajnih mjesta, odnosno bilo je raspoloživo 77 prodajnih mjesta, te 38 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine.

Najveći broj prodajnih mjesta u *Osijeku* u 2024. godini bilježi NTL, njih 33, koja su isključivo malog formata (male prodavaonice i samoposluge). Na drugom mjestu je Konzum plus s 12 prodajnih mjesta, a na trećem je Studenac s osam prodajnih mjesta.

Asimetrija između prvog (Konzum plus) i drugog trgovca na malo (Spar) u 2024. godini je značajna, ali je u odnosu na 2023. godinu smanjena.

### Grupacije poduzetnika na tržištu trgovine na malo mješovitom robom

Članice *Schwarz Grupe* – i Lidl i Kaufland u 2024. godini bilježe blagi pad tržišnog udjela. Tržišni udio Schwarz Grupe iznosi [20 - 30] posto.

Lidl, kao vodeća članica Schwarz Grupe, bilježi 109 prodajnih mjesta, sva tipa supermarketa s većom prodajnom površinom. Vodeći je trgovac na malo u Virovitičko-podravskoj županiji, ali više nije vodeći trgovac u Koprivničko-križevačkoj županiji. Lidl ima prodajna mjesta u svim županijama i Gradu Zagrebu. Druga članica Schwarz Grupe, Kaufland, bilježi 50 prodajnih mjesta, dva više nego u 2023. godini, i sva su tipa velikog formata (supermarketi i hipermarketi). Na vodećoj je poziciji u Brodsko-posavskoj i Požeško-slavonskoj županiji. Ima prodajna mjesta u 19 županija i Gradu Zagrebu. Prodajno mjesto nema jedino u Ličko-senjskoj županiji. I Lidl i Kaufland šire se putem izgradnje novih prodajnih mjesta, tzv. *greenfield* investicija, odnosno ne šire se preuzimanjem konkurenata. Ukupno, Schwarz Grupa u 2024. godini na raspolaganju ima 159 prodajnih mjesta na 267 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine.

*Fortenova grupa* – s obzirom na to da u sklopu Fortenova grupe djelatnost trgovine na malo obavlja nekoliko poduzetnika, za potrebe ovog istraživanja istražen je samo Konzum plus. U sastavu Fortenova grupe nalazi se i Roto dinamic d.o.o., koji je jedan od lidera u distribuciji bezalkoholnih i alkoholnih pića te popratnog asortimana za HoReCa kanal na tržištu trgovine na veliko mješovite robe, prije svega pićima.

Konzum plus u 2024. godini na raspolaganju ima 636 prodajnih mjesta na 320 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine. U odnosu na prethodnu 2023. godinu, ima jedno prodajno mjesto manje.

U strukturi prihoda Konzuma plus u trgovini na malo mješovitom robom, najveći udio prihoda ostvaren je u supermarketima, nešto manje od 50 posto. Zatim slijede samoposluge, hipermarketi i male prodavaonice.

U strukturi broja prodajnih mjesta Konzuma plus, najveći udio (53 posto) odnosi se na samoposluge, njih 336.

*Narodni trgovački lanac* – NTL nastao je temeljem ugovornog udruživanja s ciljem objedinjavanja nabave. Ima četiri osnivača: Bakmaz, Boso, Gavranović i Trgovina Krk, i svaki drži isti poslovni udio. U odnosu na prethodno razdoblje, ne bilježe se promjene u članstvu NTL-a.

NTL je na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom povezan s trgovačkim društvima Robin d.o.o., Dergez d.o.o., NewMip d.o.o., Prehrana Trgovina d.d., s kojima je u ugovornom odnosu. Naime, Robin i Dergez otprije, te od 1. siječnja 2025. godine NewMip i Prehrana Trgovina s NTL-om, sudjeluju u postupku zajedničke nabave, imaju mogućnost da u svojem asortimanu drže proizvode robne marke NTL te imaju pravo koristiti žigove NTL-a.

Poduzetnici Robin i Dergez nisu imatelji vlasničkog udjela u temeljnom kapitalu NTL d.o.o., niti su posredno ili neposredno povezani s nekim od udjelničara, no uzeti su u obzir pri izračunu zbirnog tržišnog udjela NTL Grupacije. Kako su New Mip i Prehrana Trgovina tek od 1. siječnja 2025. u ugovornom odnosu s NTL d.o.o., ta dva navedena poduzetnika nisu uzeta u obzir pri izračunu zbirnog tržišnog udjela NTL Grupacije, već će biti uzeta u obzir u narednom istraživanju za 2025. godinu.

NTL grupacija u 2024. godini bilježi dvoznamenkasti relativni rast prihoda u odnosu na 2023. godinu, kao i rast tržišnog udjela što je posljedica preuzimanja maloprodajnog segmenta poslovanja TP Varaždina (90 prodajnih mjesta). Ukupno u 2024. godini NTL grupacija bilježi tržišni udio od [5 - 10] posto. Bilježi 1.361 prodajno mjesto, što je 99 više nego u 2023. godini. U poretku „Top 10“, kao i na razini same grupacije, matični NTL d.o.o. je prestigao Trgovinu Krk.

*Ultragros grupacija* – po broju članica i u 2024. godini najbrojnija je grupacija. Bilježi 21 članicu, s 1.016 prodajnih mjesta, 153 manje nego u prethodnoj 2023. godini. Ovo smanjenje prodajnih mjesta Ultragros grupacije rezultat je izlaska triju članica (TP Varaždin, Decentia i La-Vor Trade), koje su ukupno imale 146 prodajnih mjesta. Ovdje valja napomenuti da od 21 članice Ultragros grupacije, njih 19 bilježi učinak na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Tržišni udio članica Ultragrosa iznosi [5 - 10] posto.

Poduzetnici članovi Ultragros grupacije koji ne bilježe učinak na tržištu maloprodaje su Bure d.o.o., koji se bavi isključivo veleprodajom, te matično društvo Ultragros d.o.o. U 2024. godini ne bilježi se niti jedna nova članica, bilo kao udjelničar ili kao pridružena članica. Od 19 članica, njih pet nema vlasnički udio u temeljnom kapitalu matičnog društva Ultragros d.o.o. To su Lorenzo, Mali Palit, Patričar, Aska i Bure.

Na razini grupe, zbog preuzimanja Decentije i La-Vor Tradea od strane Studenca i TP Varaždina od NTL-a, Ultragros bilježi ukupan pad prihoda od trgovine na malo te smanjenje tržišnog udjela na mjerodavnom tržištu u 2024. godini.

### **Supermarketi i dalje dominantan tip maloprodajnog mjesta**

Rezultati istraživanja pokazali su da je u 2024. godini najviše prihoda od maloprodaje ostvareno u supermarketima i hipermarketima, isto kao i u 2023. godini. U supermarketima je u 2024. godini u trgovini na malo mješovitom robom ostvareno ukupno 4,4 milijarde eura prihoda, odnosno 9,7 posto više nego u prethodnoj 2023. godini, kada je ostvareno nešto više od 4 milijarde eura prihoda. Rast prihoda u supermarketima iznosi 389,7 milijuna eura.

Slijede hipermarketi u kojima je u 2024. godini ostvaren prihod od 1,66 milijardi eura, što predstavlja rast od 99,5 milijuna eura, odnosno 6,4 posto. U samoposlugama je ostvaren prihod od 1,62 milijardi eura, s rastom prihoda od 108,2 milijuna eura, odnosno 7,1 posto. Najmanje prihoda ostvareno je u malim prodavaonicama, i to u iznosu od 731 milijun eura, no male prodavaonice bilježe najveću stopu rasta prihoda od 12,6 posto. Ujedno, nominalni rast prihoda u malim prodavaonicama u 2024. u odnosu na 2023. godinu iznosi 81,6 milijuna eura.

Za usporedbu, u prethodnom istraživanju za 2023. godinu, najviši prihodi također su ostvareni u supermarketima, nešto više od 4 milijarde eura, zatim u hipermarketima (1,56 milijardi eura), samoposlugama (1,52 milijardi eura), te malim prodavaonicama (649,6 milijuna eura).

U tablici 6. prikazuje se struktura prihoda na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2021. do 2024. godine prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta.

Tablica 6. Struktura prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u RH prema tipu prodajnih mjesta u razdoblju od 2021. do 2024. godine

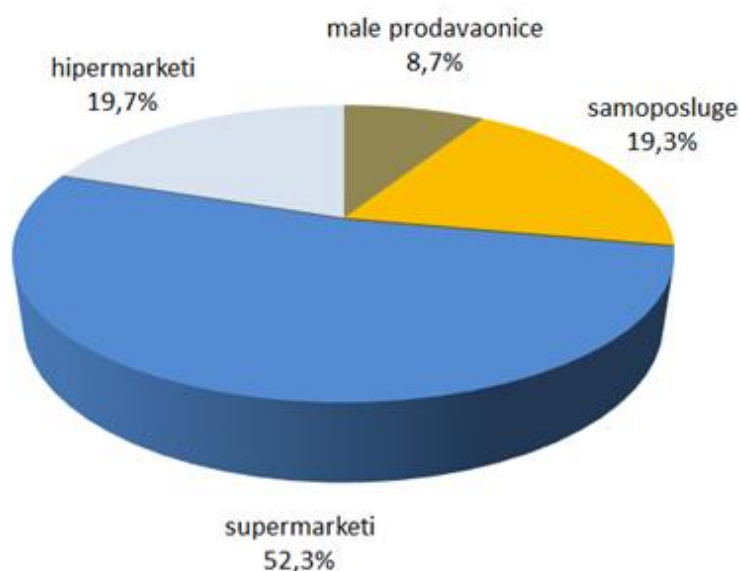
| Tip prodajnog mjesta | 2021.                  | 2022.                  | 2023.                  | 2024.                  | Indeks 2024./2023. |
|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------------|
|                      | <i>iznosi u eurima</i> | <i>iznosi u eurima</i> | <i>iznosi u eurima</i> | <i>iznosi u eurima</i> |                    |
| male prodavaonice    | 458.410.270            | 547.320.374            | 649.592.002            | 731.220.118            | 112,6              |
| samoposluge          | 1.176.001.966          | 1.324.126.760          | 1.516.289.086          | 1.624.490.555          | 107,1              |
| supermarketi         | 2.883.398.979          | 3.426.829.921          | 4.007.876.874          | 4.397.561.295          | 109,7              |
| hipermarketi         | 1.240.314.263          | 1.361.629.075          | 1.558.084.678          | 1.657.594.782          | 106,4              |
| <b>Ukupno:</b>       | <b>5.758.125.478</b>   | <b>6.659.906.130</b>   | <b>7.731.842.641</b>   | <b>8.410.866.750</b>   | <b>108,8</b>       |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Prihodi u trgovini na malo mješovitom robom svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranoj 2024. godini iznosili su 8,41 milijardu eura, što je 679 milijuna eura više nego u prethodnoj 2023. godini, kada je ostvaren prihod od 7,73 milijarde eura. U 2024. godini bilježi se rast prihoda od 8,8 posto u odnosu na 2023.

Na slici 7. grafički se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2024. godini prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta.

Slika 7. Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2024. godini prema ostvarenim prihodima



Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Supermarketi su i u promatranoj 2024. godini bili dominantni, kako prema ostvarenim prihodima, tako i prema neto prodajnoj površini. U supermarketima je ostvareno 52,3 posto ukupnih prihoda, te na supermarketima otpada 49,6 posto ukupne prodajne površine.

Prema formatu prodajnog mjesta, gledano po ostvarenim prihodima, u promatranoj 2024. godini bilježi se izrazita dominacija prodajnih mjesta velikog formata u odnosu na prodajna mjesta malog formata. Tako su prodajna mjesta velikog formata, točnije supermarketi i hipermarketi, u 2024. godini bilježila ukupno 72 posto od ukupno ostvarenih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom.

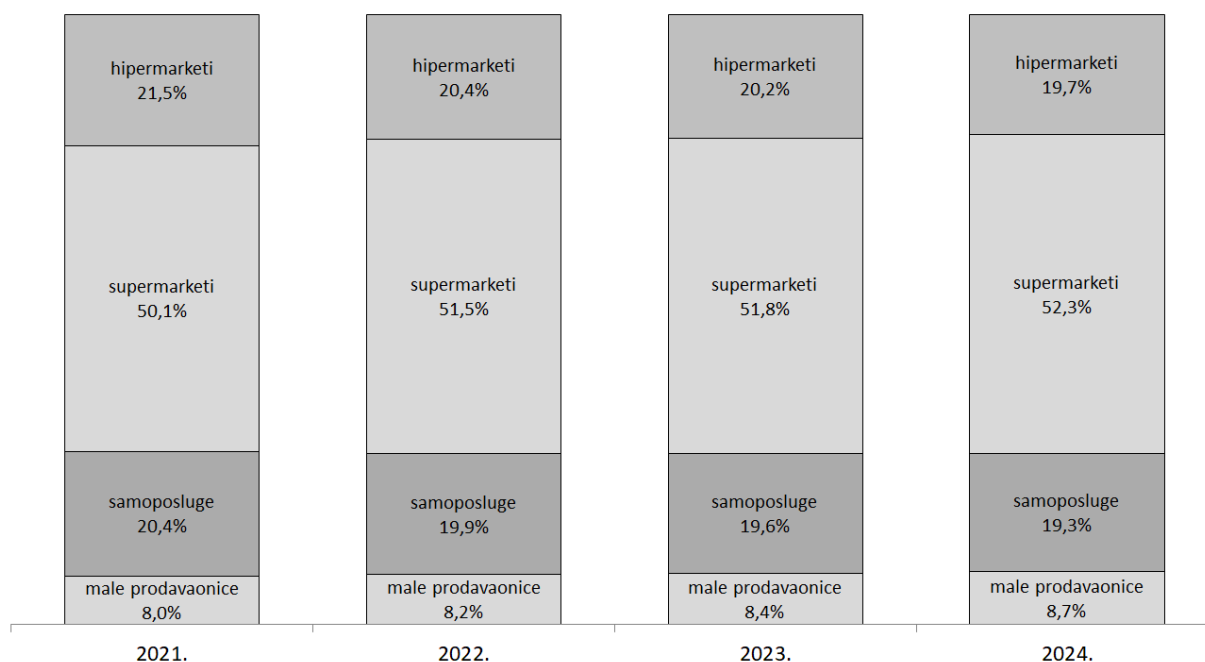
Radi usporedbe, i u prethodnoj 2023. godini, supermarketi i hipermarketi zajedno su činili 72 posto ukupnog tržišta prema prihodima, iako je u 2024. godini blago promijenjena struktura. Naime, u 2024. godini supermarketi bilježe 0,5 postotnih bodova više prihoda (52,3 posto u 2024.; 51,8 posto u 2023.), dok hipermarketi bilježe 0,5 postotnih bodova manje prihoda (19,7 posto u 2024.; 20,2 posto u 2023.).

Slično kao i prodajna mjesta velikog formata, došlo je do promjena u strukturi prihoda kod prodajnih mjesta malog formata, koja čine 28 posto ukupnog tržišta trgovine na malo mješovitom robom. U 2024. godini, male prodavaonice bilježe 8,7 posto udjela u ukupnoj strukturi ostvarenog zbirnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, dok su u 2023. godini bilježile 8,4 posto udjela. Samoposluge u 2024. godini bilježe 19,3 posto udjela, dok su u 2023. godini bilježile 19,6 posto udjela.

Iz ovoga se zaključuje da u promatranoj 2024. godini supermarketi i male prodavaonice bilježe rast udjela, a hipermarketi i samoposluge bilježe pad udjela u ukupnoj strukturi ostvarenog zbirnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Trend rasta udjela supermarketata i malih prodavaonica, kao i trend pada udjela samoposluga i hipermarketa prisutan je na mjerodavnom tržištu tijekom cijelog promatranog razdoblja od 2021. do 2024. godine.

Na slici 8. prikazuje se struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

Slika 8. Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2021. do 2024. godine prema ostvarenim prihodima



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo mješovitom robom AZTN-a za razdoblje 2021.-2024.; Obrada: AZTN

Iz grafičkog prikaza sa slike 8. proizlazi zaključak da je tijekom promatranog razdoblja od 2021. do 2024. godine struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom ostala relativno stabilna prema raspodjeli ostvarenih prihoda u prodajnim mjestima malo formata (male prodavaonice i samoposluge), kao i velikog formata (supermarketi i hipermarketi), uz već opisane neznatne promjene u strukturi. U promatranom razdoblju od 2021. do 2024. godine, samoposluge bilježe blagi pad udjela s 20,4 posto u 2021. godini na 19,3 posto u 2024. godini, što je pad od 1,1 postotni bod. Hipermarketi bilježe trend pada udjela u strukturi sa 21,5 posto u 2021. godini na 19,7 posto u 2024. godini, što je pad od 1,8 postotni bod.

S druge strane, supermarketi i male prodavaonice bilježe trend rasta udjela prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo. Supermarketi su u 2021. godini bilježili 50,1 posto udjela, dok su u 2024. godini bilježili 52,3 posto tržišnog udjela, što je rast od 2,2 postotna boda. Najveći rast udjela supermarketi bilježe u 2022. u odnosu na 2021. godinu kada je rast iznosio 1,4 postotna boda (51,5 posto udio supermarketa u 2022.; 50,1 posto udio supermarketa u 2021.).

Male prodavaonice u promatranom razdoblju bilježe rast udjela s 8 posto u 2021. godini na 8,7 posto u 2024. godini, što je rast od 0,7 postotnih bodova. Male prodavaonice ujedno bilježe najmanju oscilaciju u promjeni udjela u ukupnoj strukturi ostvarenog zbirnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom.

Iz navedenog proizlazi zaključak da su najveći pad udjela u promatranom četverogodišnjem razdoblju od 2021. do 2024. godine zabilježili hipermarketi (1,8 postotnih bodova), a najveći su rast zabilježili supermarketi (2,2 postotna boda).

Pri objašnjenju rezultata istraživanja u ovom dijelu treba napomenuti da je ova analiza izrađena na temelju uzorka u kojem nisu uključeni poduzetnici koji obavljaju trgovinu na malo sukladno propisima o obrtu te maloprodajna mjesta u kojima prodaja hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo nije pretežita djelatnost (benzinske postaje, kiosci, drogerije itd.).

S obzirom da su prodajna mjesta trgovaca-obrtnika u pravilu male prodavaonice i samoposluge, i kada bi isti bili uključeni u istraživanje, izvjesno je da bi udio malih prodavaonica i samoposluga bio u određenom dijelu veći. Međutim, isto ne bi u bitnome utjecalo na odnose u strukturi koja je kroz promatrane godine stabilna.

### **Broj prodajnih mjesta**

U promatranoj 2024. godini bilježi se ukupno 5.266 prodajnih mjesta, dok je u prethodnoj 2023. godini bilo 5.140 prodajnih mjesta. Promatrajući sve prodajne formate, u 2024. godini bilo je raspoloživo 126 prodajnih mjesta više u odnosu na prethodnu 2023. godinu, što predstavlja rast od 2,5 posto. Rast broja prodajnih mjesta slabije je izražen nego u prethodnoj 2023. godini, kada se bilježilo 144 prodajna mjesta više u odnosu na 2022. godinu, što je tada predstavljalo rast od 2,9 posto.

Za razliku od prošlogodišnjeg istraživanja, kada je u 2023. godini broj samoposluga bilježio blagi rast, u 2024. godini bilježi se blagi pad broja samoposluga. U 2024. godini bilježi se 2.175 samoposluga, dok ih je u 2023. bilo 2.182. Bilježi se sedam samoposluga manje, što predstavlja pad od 0,3 posto. Samoposluge su ujedno jedina vrsta prodajnih mjesta koja u promatranoj 2024. godini bilježi blagi pad broja prodajnih mjesta.

U 2024. godini, male prodavaonice bilježe najveći rast broja prodajnih mjesta, kojih je 115 više nego u 2023. godini, što je rast od 5,8 posto. U 2024. godini bilo je raspoloživo 2.100 malih prodavaonica, dok ih je u 2023. godini bilo 1.985. Po prvi put bilježi se više od dvije tisuće malih prodavaonica.

Slijede supermarketi, kojih je u 2024. godini bilo 838, što je 14 više nego u 2023. godini. Hipermarketa je bilo 153, što je četiri više nego u 2023. godini.

U tablici 7. prikazuje se broj prodajnih mjesta prema tipu prodajnog mjesta u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

Tablica 7. Broj prodajnih mjesta svih trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka poduzetnika prikazan prema tipu prodajnog mjesta u razdoblju od 2021. do 2024. godine

| Tip prodajnog mjesta | 2021.        | 2022.        | 2023.        | 2024.        | Indeks 2024./2023. |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| male prodavaonice    | 1.815        | 1.956        | 1.985        | 2.100        | 105,8              |
| samoposluge          | 2.105        | 2.106        | 2.182        | 2.175        | 99,7               |
| supermarketi         | 758          | 785          | 824          | 838          | 101,7              |
| hipermarketi         | 147          | 149          | 149          | 153          | 102,7              |
| <b>Ukupno:</b>       | <b>4.825</b> | <b>4.996</b> | <b>5.140</b> | <b>5.266</b> | <b>102,5</b>       |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Najveći udio u strukturi ukupnog broja prodajnih mjesta po tipu prodajnog mjesta u promatranoj 2024. godini, kao i u 2023., bilježe samoposluge, čiji je udio u strukturi 41,3 posto. Slijede male prodavaonice s udjelom od 39,9 posto. Zatim slijede supermarketi s udjelom od nešto manje od 15,9 posto te hipermarketi s udjelom od 2,9 posto.

### Neto prodajna površina

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2024. godini iznosila je 1,63 milijuna kvadratnih metara, dok je u prethodnoj 2023. godini bilo raspoloživo 1,6 milijuna kvadratnih metara. Preciznije, u 2024. godini bilježi se 34.636 kvadratnih metara neto prodajne površine više nego u 2023. godini, što je rast od 2,2 posto. Za razliku od prethodne godine, u 2024. godini rast je slabije izražen, jer je u 2023. godini zabilježen rast od 59.049 kvadratnih metara, odnosno 3,8 posto.

Supermarketi i dalje čine gotovo polovicu dostupne neto prodajne površine, preciznije nešto više od 808 tisuća kvadratnih metara, što čini 49,6 posto ukupne neto prodajne površine. U odnosu na 2023. godinu, rast iznosi nešto manje od 25 tisuća kvadratnih metara. Ujedno je to najveći nominalni rast neto prodajne površine promatran po pojedinom tipu prodajnog mjesta.

Na drugoj poziciji bilježe se promjene. Naime, po udjelu u strukturi ukupne neto prodajne površine, hipermarketi su zamijenili mjesto sa samoposlugama kao tipom prodajnog mjesta te se u hipermarketima bilježi druga najveća neto prodajna površina od 347,7 tisuća kvadratnih metara, što čini udio od 21,3 posto u ukupnoj neto prodajnoj površini.

U samoposlugama bilježi se neto prodajna površina od 345,3 tisuće kvadratnih metara, što čini 21,2 posto ukupne neto prodajne površine.

Najmanje od neto prodajne površine otpada na male prodavaonice, nešto manje od 130 tisuća kvadratnih metara, odnosno 7,9 posto.

U tablici 8. prikazuje se ukupna neto prodajna površina trgovaca na malo mješovitom robom u uzorku AZTN-a prema tipu prodajnog mjesta u razdoblju od 2021. do 2024. godine.

Tablica 8. Neto prodajna površina prodajnih mjesta svih trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka poduzetnika u razdoblju od 2021. do 2024. godine

| Tip prodajnog mjesta | 2021.            | 2022.            | 2023.            | 2024.            | Indeks 2024./2023. |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
|                      | <i>u m2</i>      | <i>u m2</i>      | <i>u m2</i>      | <i>u m2</i>      |                    |
| male prodavaonice    | 112.008          | 117.990          | 120.371          | 129.524          | 107,6              |
| samoposluge          | 330.700          | 337.018          | 347.296          | 345.323          | 99,4               |
| supermarketi         | 718.778          | 742.416          | 783.442          | 808.390          | 103,2              |
| hipermarketi         | 344.108          | 339.864          | 345.228          | 347.736          | 100,7              |
| <b>Ukupno:</b>       | <b>1.505.595</b> | <b>1.537.288</b> | <b>1.596.337</b> | <b>1.630.973</b> | <b>102,2</b>       |

Izvor: dopisi poduzetnika; Obrada: AZTN

Kako je ranije navedeno, najveći nominalni rast neto prodajne površine bilježe supermarketi u kojima se bilježi rast od nešto manje od 25 tisuća kvadratnih metara, odnosno 3,2 posto.

Hipermarketi ujedno bilježe rast neto prodajne površine od nešto manje od 2,5 tisuće kvadratnih metara (rast od 0,7 posto), dok samoposluge bilježe blagi pad neto prodajne površine od malo manje od dvije tisuće kvadratnih metara (pad od 0,6 posto).

Male prodavaonice u 2024. godini bilježe rast neto prodajne površine od nešto više od devet tisuća kvadratnih metara, odnosno 7,6 posto.

Kada se promatraju indeksi rasta prema svim trima kriterijima (prihod u trgovini na malo mješovitom robom, broj prodajnih mjesta, neto prodajna površina) po pojedinom tipu prodajnog mjesta, zaključuje se da za supermarkete kao prodajna mjesta velikog formata vrijedi da se u promatranoj 2024. godini bilježi veća stopa rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom (9,7 posto) od stope rasta neto prodajne površine (rast od 3,2 posto), kao i rasta broja prodajnih mjesta (rast od 1,7 posto) za taj tip prodajnog mjesta. Slično vrijedi i za male prodavaonice i hipermarkete. Samoposluge bilježe rast prihoda u postotnom iznosu, no ujedno bilježe blagi pad neto prodajne površine i broja prodajnih mjesta.

## Online prodaja

Prema rezultatima istraživanja, online prodaja mješovite robe i dalje nije značajna u ukupnoj strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Samo sedam anketiranih trgovaca na malo bilježi prodaju putem online platforme u 2024. godini. U promatranoj godini ne bilježi se niti jedan novi trgovac na malo mješovitom robom u prodaji putem vlastite online platforme.

U strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom najveći i pretežiti iznos online prodaje u 2024. godini odnosi se na Konzum plus. Treba dodatno istaknuti da je Studenac u 2024. godini

imao partnerski odnos s platformom za dostavu Wolt u smislu naručivanja i dostave robe putem Woltove aplikacije.

### **Programi vjernosti**

Od promatranih trgovaca na malo, u 2024. godini njih 14 primjenjivalo je programe vjernosti (lojalnosti). Ne bilježi se niti jedan novi trgovac na malo mješovitom robom koji je počeo primjenjivati program vjernosti tijekom 2024. godine. Najveći broj članova u pojedinom programu vjernosti u 2024. godini bilježi Konzum plus. Zatim slijede Lidl i Kaufland, članice Schwarz Grupe, Studenac i KTC.

Od regionalnih trgovaca na malo s relativno velikim brojem korisnika programa, ističu se Robin i Dergez, članice NTL Grupacije.

Hatch! program vjernosti temelji se na HATCH! kartici ili besplatnoj mobilnoj aplikaciji, a koristi ga Jadranka Trgovina u suradnji s partnerom Login d.o.o.

### **Bruto trgovačke marže**

Kao i u prethodnim istraživanjima za razdoblje od 2021. do 2023. godine, AZTN je i u 2024. godini utvrđivao pokazatelje u odnosu na prosječne bruto marže trgovaca za osam kategorija roba. To su sljedeće kategorije: meso i mesne prerađevine, meso peradi i jaja, pekarski proizvodi (kruh, peciva), mlijeko i mliječni proizvodi, svježe voće i povrće, bezalkoholna pića i voda, konditorski proizvodi (keksi, čokolade, bomboni i dr.) i osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.).

Pritom je AZTN komparativno analizirao pokazatelje marži za 2024. godinu u odnosu na 2023. godinu (stanje na kraju godine).

Pokazatelji u odnosu na prosječne bruto marže anketiranih trgovaca u 2024. godini za osam kategorija su sljedeći: meso i mesne prerađevine - 24,3 posto, meso peradi i jaja - 23,5 posto, pekarski proizvodi (kruh, peciva) - 37,9 posto, mlijeko i mliječni proizvodi - 22,2 posto, svježe voće i povrće - 29,8 posto, bezalkoholna pića i voda - 26,3 posto, konditorski proizvodi (keksi, čokolade, bomboni i dr.) - 32,2 posto, i osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.) - 27,2 posto.

Rezultati istraživanja pokazuju kako su prosječne marže za prehrambene proizvode u 2024. godini najviše u kategoriji pekarskih i konditorskih proizvoda, a zatim u kategoriji svježeg voća i povrća.

Kada se uspoređuju prosječne bruto marže u 2024. godini u odnosu na 2023. godinu za osam promatranih kategorija roba, rezultati istraživanja pokazuju kako se u šest kategorija bilježi neznatno povećanje prosječne bruto marže (meso i mesne prerađevine, pekarski proizvodi, mlijeko i mliječni proizvodi, bezalkoholna pića i voda, konditorski proizvodi te osnovni prehrambeni proizvodi), dok se u preostalima dvjema kategorijama bilježi neznatan pad prosječne bruto marže (meso peradi i jaja, svježe voće i povrće).

Opreza radi, ovdje treba dodatno navesti kako su određeni prehrambeni proizvodi, a koji su ovdje i u promatranim kategorijama roba promatrani od strane AZTN-a, u 2024. godini bili obuhvaćeni Odlukom o izravnim mjerama kontrole cijena određenih proizvoda u trgovini na malo („Narodne

novine“, br. 107/23.), koja je stupila na snagu 18. rujna 2023. godine. Popis proizvoda na koje se odnosi Odluka proširen je na 30 proizvoda i uključivao je, uz prehrambene, i manji broj neprehrambenih proizvoda.

Stoga, isto treba uzeti u obzir kod tumačenja zaključaka o prosječnim maržama trgovaca za pojedine kategorije roba.

Isto tako, od 7. veljače 2025. godine na snazi je nova Odluka o izravnim mjerama kontrole cijena određenih proizvoda i određenih kategorija proizvoda u trgovini na malo („Narodne novine“, br. 17/25.), kojom se određuje najviša razina cijene određenih proizvoda i određenih kategorija proizvoda u trgovini na malo radi sprječavanja negativnih učinaka promjena pojedinih cijena, a u cilju otklanjanja štetnih posljedica na tržištu u pogledu opskrbe potrošača određenim proizvodima u trgovini na malo na području Republike Hrvatske za 70 proizvoda. Tom odlukom proširena je lista proizvoda za 40 novih proizvoda.

### **Vlasničke promjene u 2024. godini**

U 2024. godini bilježe se tri značajnija preuzimanja na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom.

Naime, 18. srpnja 2024. odobrena je namjera provedbe koncentracije poduzetnika Mlin i pekare d.o.o., Plodinec d.o.o., Allianz ZB d.o.o. i PBZ CO d.o.o. (u svoje ime, a za račun fondova) / Čakovečki mlinovi d.d., uključujući trgovca na malo Trgovina Krk d.d., koji ima prodajna mjesta ne samo u Jadranskoj Hrvatskoj (Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji), već i u Sjevernoj Hrvatskoj (u Varaždinskoj, Međimurskoj, Krapinsko-zagorskoj i Zagrebačkoj županiji), te u Panonskoj Hrvatskoj (Virovitičko-podravskoj, Bjelovarsko-bilogorskoj, Osječko-baranjskoj i Požeško-slavonskoj županiji).

Navedenom unutargrupnom transakcijom NewMip, Trgovina Krk i Prehrana Trgovina, koji su vlasnički povezani (Grupa Čakovečki mlinovi), bilježe nešto više od 830 prodajnih mjesta krajem 2024. godine. Trgovina Krk drži poslovni udio u NTL d.o.o. Studenac je bio najaktivniji po preuzimanjima u proteklom godinama. Uz preuzimanje La-Vor Tradea krajem 2023. godine, u lipnju 2024. godine preuzeo je dva prodajna mjesta poduzetnika FIBA-Prom Trgovina u Zagrebu. Krajem 2024. godine, Studenac bilježi 1.411 prodajnih mjesta. U srpnju 2024. godine Studenac je preuzeo maloprodajni dio poslovanja Decentije, prodajna mjesta u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji.

U listopadu 2024. godine Tommy je preuzeo lokalnog trgovca Brodokomerc Nova d.d., koji ostvaruje učinak isključivo na području Primorsko-goranske županije.

Sve navedeno upućuje na nastavak dinamike preuzimanja na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, kroz preuzimanja konkurenata na tržištu maloprodaje mješovitom robom od strane Studenca, ali i nekih drugih trgovaca na malo (Tommy, NewMiP).

Dodatno se u istraživanju za 2024. godinu bilježe dva manja preuzimanja. Konzum plus je preuzeo 11 prodajnih mjesta poduzetnika Maistra koja se nalaze u autokampovima, koji su primarno aktivni u hotelijerskoj djelatnosti. U studenom 2024. godine Prehrana Trgovina je preuzela deset prodajnih mjesta brenda Panda u Gradu Zagrebu u vlasništvu poduzetnika Gracin Trgovine d.o.o.

## Teritorijalna ograničenja opskrbe

AZTN je istraživanje tržišta trgovine na malo u RH za 2024. godinu dodatno proširio u odnosu na novo područje od interesa AZTN-a u dijelu koji se odnosi na nabavu robe, a isto se odnosi na moguća teritorijalna ograničenja opskrbe (*Territorial Supply Constraints - TSC*). Poduzetnicima iz uzorka postavljeno je dodatno pitanje da se očituju o tome jesu li se neposredno ili posredno susretali i/ili imaju saznanja o poslovnoj praksi teritorijalnih ograničenja opskrbe, a koja ima negativan utjecaj ili predstavlja ograničenje u nabavi robe.

U upitniku je bio naveden indikativan popis jednostranih praksi i sporazuma koji mogu predstavljati teritorijalna ograničenja, kako bi anketirani poduzetnici dobili jasniju sliku o tome na što se eventualne poslovne prakse teritorijalnih ograničenja opskrbe odnose.

Indikativni popis sporazuma i jednostranih praksi koje mogu predstavljati teritorijalna ograničenja opskrbe uključuje, na primjer, sljedeće: odbijanje isporuke u svrhu sprječavanja izvoza, namjerno razlikovanje proizvoda po jeziku ili pakiranju, povećanje cijena za izvozne proizvode, ograničavanje prodaje određenim maloprodajnim kupcima i ostale prakse.

Većina trgovaca od onih koji su sudjelovali u anketnom upitniku, njih 39, u bitnome je navela da se nisu susretali s praksom teritorijalnih ograničenja opskrbe. Dvoje anketiranih poduzetnika pojasnilo je određene činjenice u vezi s konkretnim poslovnim praksama teritorijalnih ograničenja opskrbe koje su se događale na zajedničkom tržištu. To se odnosilo na primjer teritorijalnih ograničenja opskrbe kao vrstu ograničenja unutar jedinstvenog unutarnjeg tržišta EU od strane dobavljača u odluci Europske komisije u predmetu AT.40632 - Mondelez Trade Restrictions, od 23. svibnja 2024., te podržavaju napore da se ista prepoznaju od strane nadležnih tijela i da se ograniči njihova primjena.