

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Zagreb, lipanj 2026.

Istraživanje tržišta tiska za 2025.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) provela je redovito istraživanje tržišta tiska u Republici Hrvatskoj (dalje u tekstu: RH) u 2025. godini, s ciljem utvrđivanja strukture tog tržišta. Istraživanjem je bilo obuhvaćeno 29 poduzetnika, od toga 24 novinskih nakladnika općeinformativnih dnevnika i općeinformativnih tjednika, te pet poduzetnika distributera tiska i specijaliziranih trgovaca na malo tiskom, a prema Upisniku o izdavanju i distribuciji tiska koji je vodila Hrvatska gospodarska komora prema propisima o medijima.

U promatranoj 2025. godini ne bilježi se niti jedan novi nakladnik općeinformativnog dnevnika ili tjednika u uzorku AZTN-a, u odnosu na prošlogodišnje istraživanje za 2024. godinu. U odnosu na prethodnu 2024. godinu, u promatranoj 2025. godini jedan je nakladnik manje u uzorku i to je Sisak press d.o.o., koji je bio nakladnik općeinformativnog tjednika „Novi sisački tjednik“. Dodatna dva nakladnika općeinformativnih tjednika nisu dostavila tražene podatke. Naime, prvi nakladnik jednog regionalnog tjednika („Bjelovarski list“), prema dostavljenom očitovanju, u prvom tromjesečju 2025. godine ukinuo je nakladu istog tjednika, dok je drugi nakladnik također regionalnog tjednika („Zadarski tjednik“) ukinuo nakladu u prvom tromjesečju 2026. godine, odnosno u tijeku provođenja ovog istraživanja tržišta tiska za 2025. godinu.

Razlog provođenja predmetnog istraživanja proizlazi iz nadležnosti AZTN-a u dijelu koji se odnosi na zaštitu tržišnog natjecanja na tržištu medija. Zakon o medijima („Narodne novine“, br. 59/04., 84/11., 81/13. i 114/22.; dalje u tekstu: ZoM), kao posebni propis, sadržavao je posebna pravila o medijskim koncentracijama u području javnog informiranja, uključujući i pravilo prema kojem je bila nedopuštena koncentracija poduzetnika na tržištu naklade općeinformativnih dnevnika, odnosno općeinformativnih tjednika, kojom bi tržišni udjel sudionika koncentracije nakon njezine provedbe prelazio 40 posto ukupno prodane naklade općeinformativnih dnevnika odnosno tjednika u Republici Hrvatskoj.

Budući da se predmetno istraživanje odnosi na stanje tržišta u 2025. godini, kada su navedene odredbe ZoM-a bile na snazi, podaci su prikupljeni i prikazani prema dotadašnjoj metodologiji AZTN-a.

AZTN ujedno napominje da je tijekom provedbe istraživanja, 26. ožujka 2026. godine, stupio na snagu Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2024/1083 o uspostavi zajedničkog okvira za medijske usluge na unutarnjem tržištu i izmjeni Direktive 2010/13/EU (Europski akt o slobodi medija) („Narodne novine“, br. 27/26.), kojim je izmijenjen relevantni pravni okvir, uključujući prestanak važenja pojedinih odredaba ZoM-a koje su se odnosile na prijavu i ocjenu koncentracija novinskih nakladnika. Navedeno je relevantno za buduća postupanja i buduće vođenje baza podataka o novinskim nakladnicima i distributerima tiska.

Nadalje, u Zakonu o provedbi Uredbe (EU) 2024/1083, člankom 15. stavkom 1. određeno je da Agencija za medije vodi i redovito obnavlja baze podataka sa svim upisnicima i očevidnicima koje je ovlaštena voditi prema zakonu kojim je uređeno područje elektroničkih medija kao i popis novinskih nakladnika upisanih u Upisnik novinskih nakladnika i popis distributera upisanih u Upisnik distributera.

AZTN je dodatno izvršila uvid u javno dostupne podatke iz sudskog registra te je utvrđeno da je 2. siječnja 2025. godine osnovan novi poduzetnik tj. društvo Distribucija tiskanih medija d.o.o., Slavonska avenija 11a, Zagreb (dalje u tekstu: DTM d.o.o.). Provedba upisa u sudski registar bilježi se 8. siječnja 2025. Navedeno društvo tijekom 2025. preuzelo je dio poslova povezanih s distribucijom, tiražiranjem i komisionom prodajom tiska od poduzetnika Tisak plus d.o.o. Jedini osnivač oba navedena poduzetnika je Fortenova Grupa d.d.

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.

Također, bitna okolnost na tržištu je određivanje usluge distribucije tiska na području RH uslugom od općeg gospodarskog interesa. Naime, Na sjednici Vlade RH održanoj 3. travnja 2025. godine, na prijedlog Međuresorne radne skupinu, Vlada RH je donijela Odluku o određivanju usluge distribucije tiska na području RH uslugom od općeg gospodarskog interesa („Narodne novine“, br. 64/2025.; dalje u tekstu: Odluka), koja je stupila na snagu danom objave, 4. travnja 2025. godine. Temeljem Odluke, Ministarstvo kulture i medija provelo je postupak javnog nadmetanja. Kao najpovoljnija ponuda za distribuciju tiskanih medija utvrđena je ponuda poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d.

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 HP - Hrvatska pošta d.d. prema kojoj ukupan godišnji izračun distribucije iznosi 22.145.112 eura bez PDV-a, odnosno 27.681.390 eura s PDV-om umanjen za obveze nakladnika koje po distribuiranom primjerku plaćaju fiksnu naknadu u iznosu od 0,15 EUR za dnevna izdanja, a za tjedna i povremena izdanja 0,25 EUR. Ugovor o pružanju usluge distribucije tiskanih medija kao usluge od općeg gospodarskog interesa važi za petogodišnje razdoblje.¹

Od 1. srpnja 2025. godine DTM d.o.o. nastavlja obavljati poslove tiražiranja i komisione prodaje tiskovina te provodi obračune prema kupcima i nakladnicima, dok logističke aktivnosti od tog datuma obavlja HP - Hrvatska pošta d.d. Opći uvjeti prodaje poduzetnika DTM d.o.o. javno su dostupni na internetskim stranicama poduzetnika DTM, kao i Opći uvjeti poslovanja u komisionoj prodaji tiskovina koji su stupili na snagu 1. veljače 2025.²

Dakle, HP - Hrvatska pošta d.d. od 1. srpnja 2025. samostalno preuzima distribuciju tiskanih medija na području RH, uključujući zaprimanje tiskovina od nakladnika, njihovu pripremu i dostavu na prodajna mjesta te preuzimanje i obradu neprodanih primjeraka, uz njihov povrat nakladnicima. Uvjeti suradnje između poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d. i nakladnika uređuju se izravnim ugovornim odnosima između obiju ugovornih strana. Opći uvjeti distribucije tiska poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d. od 1. srpnja 2025. godine javno su dostupni na internetskim stranicama poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d.³

Tržišni udjeli poduzetnika na mjerodavnim tržištima utvrđeni su na temelju podataka o prodanoj nakladi izraženoj u broju primjeraka tiskovina, odnosno prihoda koji su poduzetnici

¹ Izvor: internet stranice Ministarstva kulture i medija, objava od 30. lipnja 2025. [<https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/potpisan-ugovor-o-pruzanju-usluge-distribucije-tiskanih-medija-kao-usluge-od-opceg-gospodarskog-interesa/28122>], stranice posjećene 10. lipnja 2026.

² Izvor: Internet stranice poduzetnika DTM d.o.o. [<https://www.dtmedija.hr/opci-uvjeti-koristenja>], posjećene 10. lipnja 2026.

³ Izvor: Internet stranice poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d., dokument dostupan na poveznici [https://www.posta.hr/UserDocImages/Dokumenti_2025/Opci_uvjeti_distribucije_tiska.pdf?vel=398209], stranice posjećene 10. lipnja 2026.

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.

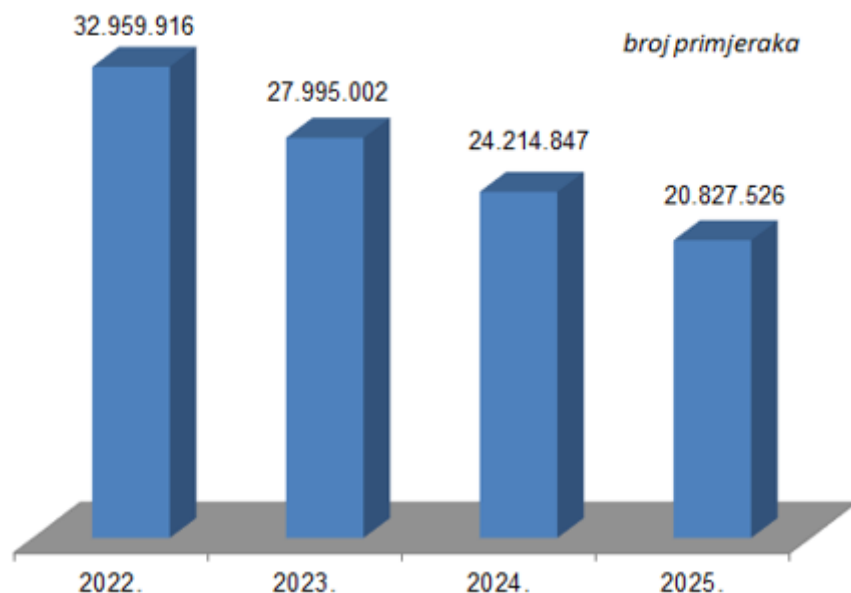
AZTN u nastavku daje prikaz rezultata istraživanja, uz napomenu kako se tržišni udjeli poduzetnika navode u rasponima jer isti predstavljaju poslovnu tajnu sukladno članku 53. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, broj 79/09., 80/13., 41/21., 155/23.; dalje u tekstu: ZZTN).

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 2022. do 2025. godine.

Slika 1. Ukupna prodana naklada općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2022. do 2025. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

U 2025. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila je 20,8 milijuna primjeraka. Navedena naklada je smanjena za 14 posto u odnosu na prethodnu 2024. godinu kada je iznosila 24,2 milijuna prodanih primjeraka.

Temeljem prikaza sa slike 1. proizlazi zaključak o kontinuiranom padu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2022. do 2025. godine pri čemu je prodana naklada s početka promatranog četverogodišnjeg razdoblja - 33 milijuna prodanih primjeraka u 2022. godini pala na 20,8 milijuna komada u 2025. godini. Promatrano kroz razdoblje 2022. do 2025. godine zaključuje se o trendu kontinuiranog pada naklade dnevnika, koje je najjače bilo izraženo u 2023. godini u odnosu na 2022.

Pad prodane naklade u postotnom iznosu u promatranj 2025. u odnosu na 2024. koji iznosi 14 posto istovjetan je padu prodane naklade u 2024. u odnosu na 2023. U usporedbi s prethodnom 2024. godinom (24,2 milijuna prodanih primjeraka), prodana naklada u promatranj 2025. godini u odnosu na 2024. smanjena je za 3,4 milijuna primjeraka što nominalno predstavlja slabije izražen pad prodane naklade svih općeinformativnih dnevnika u odnosu na prethodno istraživanje za 2024. kada se bilježio pad od 3,8 milijuna primjeraka u odnosu na 2023. Međutim, i dalje je riječ o značajnom padu prodane naklade.

Većina općeinformativnih dnevnika bilježi pad prodane naklade u 2025. godini u odnosu na 2024. godinu, istovjetno rezultatima istraživanja za prethodnu 2024. godinu. Jedino općeinformativni dnevnik „La Voce del Popolo“, namijenjen talijanskoj manjini, bilježi rast prodane naklade, no ujedno bilježi tržišni udio koji iznosi manje od jedan posto. Ujedno se bilježi promjena promatrano prva tri općeinformativna dnevnika. Naime, dnevnik „Jutarnji list“ je na drugoj poziciji prestigao „Večernji list“. Posljednji put „Jutarnji list“ je bio na drugoj poziciji ispred „Večernjeg lista“ u istraživanju za 2018. godinu.

Najveću prodanu nakladu u 2025. 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 2024. godinu. Istovremeno se bilježi blagi rast tržišnog udjela „24sata“ u 2025. godini.

Slijedi na drugoj poziciji „Jutarnji list“ (Hanza Media Grupa), s ostvarenim tržišnim udjelom od [20 - 30] posto. Iako u promatranj 2025. godini bilježi usporavanje prodaje, ujedno bilježi blagi rast tržišnog udjela. Pad prodane naklade „Jutarnjeg lista“ slabije je izražen nego što su pokazali rezultati istraživanja za prethodnu 2024. godinu.

Treći po prodanoj nakladi je „Večernji list“ (Styria Grupa) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i blagim padom tržišnog udjela. Pad prodane naklade iskazano brojem prodanih primjeraka „Večernjeg lista“ nešto je jače izražen od pada zabilježenog u prethodnom istraživanju za 2024. godinu.

Značajan iznos prodane naklade u 2025. 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 2024. godinu. Oba dnevnika u bitnome su regionalnog karaktera i bilježe pad prodane naklade u promatranj 2025. godini u odnosu na 2024. iskazano brojem prodanih primjeraka. Preostala četiri nakladnika („Glas

Istre“, „Glas Slavonije“, „Zadarski list“, „La Voce del Popolo“) bilježe tržišni udio od 0 – 3 posto, isto kao u prethodnoj 2024. godini i oni su u bitnome regionalnog i lokalnog karaktera.

Promatrano prema vlasničkim grupama, na tržištu dnevnika u promatranoj 2025. godini najveći udio od [50 - 60] posto ima Styria Grupa („24sata“ i „Večernji list“), uz blagi pad tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2024. godinu. Ujedno se bilježi blagi rast tržišnog udjela „24sata“ promatrano kroz tržišni udio u 2025. 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 2025. godini bilježi blagi rast tržišnog udjela u odnosu na 2024. godinu. Ujedno se bilježi blagi rast tržišnog udjela „Jutarnjeg lista“ promatrano kroz tržišni udio u 2025. godini, dok druga članica Hanza Media Grupe, „Slobodna Dalmacija“ bilježi također blagi rast tržišnog udjela koji je jače izražen u odnosu na rast tržišnog udjela „Jutarnjeg lista“.

Treća je Grupacija Glas Istre („Novi list“, „Glas Istre“ i „Zadarski list“), koja je ostvarila zbirni tržišni udio od [10 - 20] posto u 2025. godini i bilježi blagi rast 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 2025. godini (CR₄) iznosi 83,5, dok je u 2024. isti pokazatelj iznosio 83,8 temeljem obrađenih podataka te iz navedenog proizlazi zaključak da je koncentriranost tržišta u 2025. blago smanjena u odnosu na taj pokazatelj za 2024.

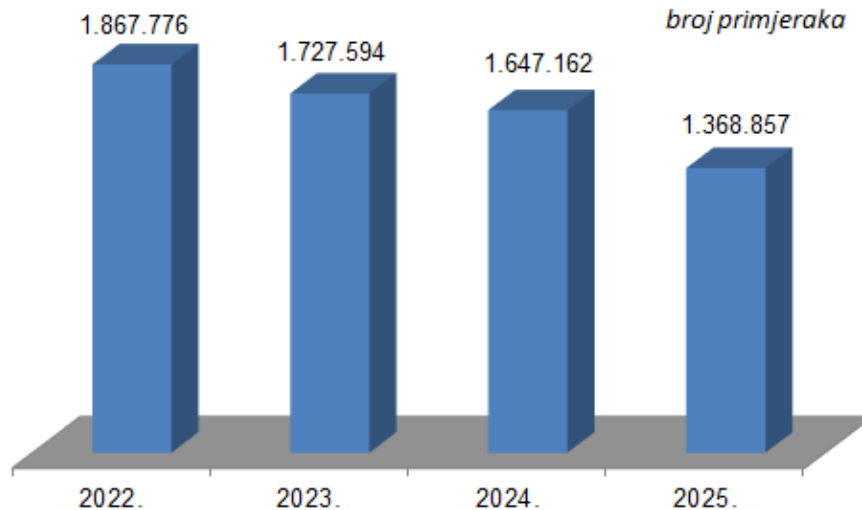
Ako se promatra pokazatelj CR₂ za dva najprodavanija općeinformativna dnevnika („24sata“ i „Jutarnji list“), isti u 2025. iznosi 53, dok je u 2024. godini isti pokazatelj iznosio 52,6 (tada su to bili „24sata“ i „Večernji list“) i taj pokazatelj bilježi neznatno povećanje u odnosu na 2024. godinu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih dnevnika u RH u 2025. godini iznosio je 2.053 bodova, što pokazuje kako je riječ o umjereno koncentriranom tržištu. Usporedbom s 2024. u kojoj je HHI iznosio 2.058 bodova, zaključuje se o blagom smanjenju koncentriranosti tržišta na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u RH u 2025. godini.

Tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika

Na slici 2. prikazuje se ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u RH u razdoblju od 2022. do 2025. godine.

Slika 2. Ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u RH u razdoblju od 2022. do 2025. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

U 2025. godini prodano je ukupno nešto manje od 1,4 milijuna primjeraka općeinformativnih tjednika. Usporedbom s 2024. godinom u kojoj je prodano oko 1,6 milijuna primjeraka, prodana naklada tjednika u promatranj 2025. godini smanjena je 278 tisuća primjeraka što predstavlja jače izražen pad od 17 posto. Ujedno se bilježi jače izražen pad prodane naklade tjednika u odnosu na istraživanje za 2024.

Prodana naklada općeinformativnih tjednika uključuje i nekoliko dvotjednika, koji su promijenili periodiku izlaženja iz tjednika u dvotjednik („Globus“, od siječnja 2019.), odnosno mjesečnik („dulist“ od ožujka 2025.). Treba napomenuti da je prema podacima iz Upisnika HGK, općeinformativni dvotjednik „Globus“ (nakladnik Hanza Media d.o.o.) brisan s 29. prosincem 2025. godine. Naime, nakon 35 godina izlaženja ukinuta je naklada „Globusa“, koji je do kraja 2018. izlazio kao tjednik, a od 2019. do kraja 2025. kao dvotjednik. Posljednji broj „Globusa“ izašao je 24. prosinca 2025. godine.

Svi promatrani općeinformativni tjednici bilježe pad prodane naklade u 2025. u odnosu na 2024. godinu, uz iznimku „Jednote“, tjednika za češku manjinu koji bilježi jedini rast prodane naklade i tržišnog udjela i koja ujedno bilježi tržišni udio od [0 – 5] posto.

Ujedno tjednici „Hrvatski tjednik“, „Međimurje“, „7dnevno, i „Tjednik Nacional“ bilježe značajniji tržišni udio u ovom segmentu u 2025. godini.

Tijekom 2025. godine bilježi se jedna promjena u poretku prva četiri najprodavanijih općeinformativnih tjednika, koji, promatrano pojedinačno tjednike, bilježe prodanu nakladu u iznosu višem od 100 tisuća primjeraka u 2025. godini svaki (u 2024. pet tjednika je bilježilo

prodanu nakladu veću od 100 tisuća primjeraka). Na drugoj poziciji tjednik „Međimurje“ je prestigao „7dnevno“. „Međimurje“ ujedno bilježi blagi rast tržišnog udjela u 2025.

Najprodavaniji općeinformativni tjednik i u 2025. godini je „Hrvatski tjednik“, novinskog nakladnika Tempus 22 d.o.o. Drugi po prodanoj nakladi u 2025. godini je općeinformativni tjednik „Međimurje“ u nakladi poduzetnika List Međimurje d.o.o. Treći po prodanoj nakladi je tjednik „7dnevno“, novinskog nakladnika Singar d.o.o. Četvrti tjednik po prodanoj nakladi u 2025. godini je „Tjednik Nacional“ u nakladi Nacional News Corporation d.o.o.

Prva tri ranije navedena općeinformativna tjednika, promatrano i pojedinačno u promatranoj 2025. godini bilježi tržišni udio od [10 – 20] posto, dok „Tjednik Nacional“ bilježi tržišni udio od [5 – 10] posto.

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

U 2025. godini tjednik za češku manjinu „Jednota“ bilježi pomak s 11. na osmu poziciju prestigavši „Međimurske novine“, „Globus“ i „Dubrovački vjesnik“.

Dvotjednik „Globus“ u izdanju Hanza Media d.o.o. je na desetoj 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 2025. godini (CR4) iznosi 56,8 dok je u 2024. isti pokazatelj iznosio 57,4. Iz navedenog proizlazi zaključak da koncentriranost tržišta u 2025. bilježi blago smanjenje u odnosu na 2024. godinu. Ujedno se bilježi promjena trenda.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih tjednika u RH u 2025. godini iznosio je 834 bodova, dok je u 2024. isti pokazatelj iznosio 1.006 bodova. Ujedno se bilježi promjena trenda odnosno bilježi se smanjenje ovog pokazatelja. Temeljem HHI pokazatelja proizlazi zaključak o slabo koncentriranom tržištu prodaje općeinformativnih tjednika u RH.

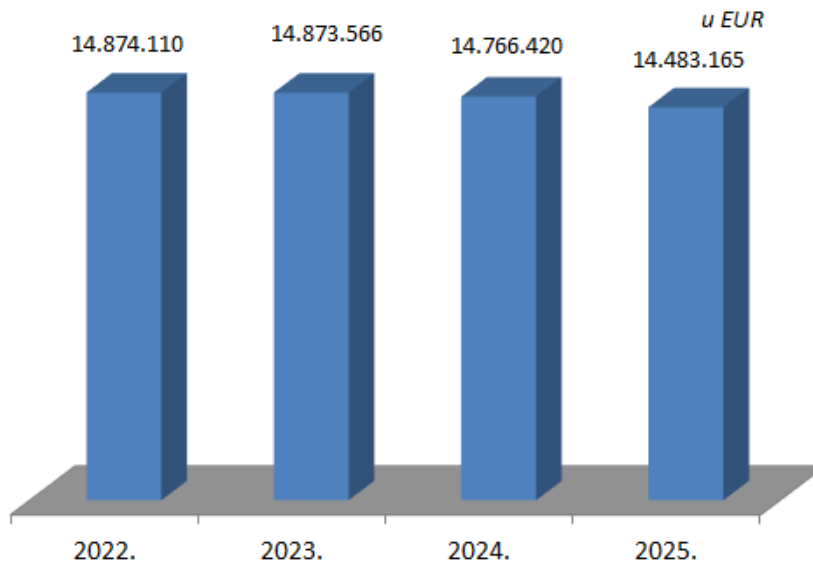
Prema očitovanju najvećih nakladnika, digitalna prodaja i nadalje uvijek ima mali udio u strukturi broja prodanih primjeraka dnevnika i tjednika.

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 2022. do 2025. godine u dijelu koji se odnosi na oglašavanje u općeinformativnim dnevnicima.

Slika 3. Prihod od oglašavanja nakladnika tiskovina u RH u razdoblju od 2022. do 2025. 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 2025. godine.

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2025. godini iznosio je nešto manje od 14,5 milijuna eura. Na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2025. godini bilježi se blagi pad prihoda u usporedbi s 2024. u iznosu od dva posto.

Pet od devet nakladnika općeinformativnih dnevnika bilježe rast prihoda od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima („Glas Slavonije“, „Novi list“, „Zadarski list“, „Glas Istre“, „La Voce del Popolo“), dok četiri nakladnika bilježe blagi pad prihoda od oglašavanja („Večernji list“, „24sata“, „Jutarnji list“, „Slobodna Dalmacija“).

Usporedbe radi, u prethodnoj 2024. godini, od devet promatranih nakladnika općeinformativnih dnevnika, njih četiri bilježilo je rast prihoda od oglašavanja u odnosu na 2023. godinu („Slobodna Dalmacija“, „Jutarnji list“, „Večernji list“ i „Novi list“), dok je pet nakladnika bilježilo pad prihoda od oglašavanja.

Ako se promatra po pojedinom nakladniku općeinformativnog dnevnika, pad prihoda od oglašavanja u dnevnicima u 2025. godini iznosio je od 2 do 29 posto u odnosu na prihode u 2024. godini.

Najveći tržišni udio u 2025. godini od [20 - 30] posto ostvaren je u „Slobodnoj Dalmaciji“ (Hanza Media d.o.o.), uz blagi pad prihoda od oglašavanja i istovremeno blagi rast tržišnog udjela u odnosu na 2024.

Slijedi na drugoj poziciji „Novi list“ nakladnika Novi list d.d. s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto. „Novi list“ je u 2025. godini ostvario drugi najveći nominalni rast prihoda od oglašavanja i bilježi pomak s četvrte na drugu poziciju. Ujedno bilježi jače izražen rast tržišnog udjela.

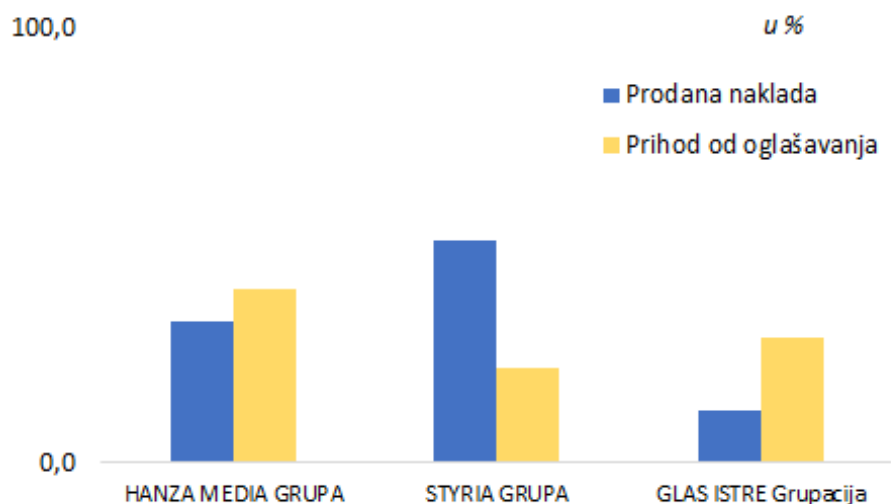
Treći je „Jutarnji list“ (također nakladnik Hanza Media d.o.o.) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto koji bilježi blagi pad tržišnog udjela u 2025. godini. Večernji list“ nakladnika Večernji list d.o.o. je četvrti s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto. Ujedno bilježi blagi pad tržišnog udjela u 2025. godini.

Peti je „Glas Slavonije“ istoimenog nakladnika s tržišnim udjelom od [5 - 10] posto koji bilježi pomak sa šeste na petu poziciju. Ujedno je ostvario najveći nominalni rast prihoda od oglašavanja promatrano pojedinačno sve nakladnike dnevnika iz uzorka.

U istraživanju je dodatno izvršena 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 2025. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima).

Slika 4. Tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u RH u 2025. 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 2025. godini na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima bilježi niži pokazatelj tržišnog udjela u odnosu na pokazatelj tržišnog udjela 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 (dnevnik „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 2025. 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 2025. godini iznosio je 1.622 bodova (u 2024. iznosio je 1.624 bodova) što ukazuje na umjereno koncentrirano tržište te se ujedno bilježi blago smanjenje koncentriranosti tržišta.

Tržište oglašavanja u općeinformativnim tjednicima

Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2025. iznosio je 4,2 milijuna eura, te se u odnosu na 2024. u kojoj je iznosio 4,6 milijuna eura bilježi trend pada prihoda od osam posto, uz istovremenu promjenu trenda. Naime, u prethodnom istraživanju za 2024. godinu u ovom se segmentu bilježio rast prihoda od 12 posto.

Od ukupno 18 nakladnika općeinformativnih tjednika koji su zabilježili prihod od oglašavanja u 2025. godini, rast prihoda od oglašavanja u odnosu na prethodnu 2024. bilježi ukupno osam nakladnika tjednika, dok je u prethodnoj 2024. godini njih deset bilježilo rast prihoda od oglašavanja u odnosu na 2023.

Promatrajući pojedinačno nakladnike općeinformativnih tjednika u 2025. godini, bilježe se određene promjene u redoslijedu prvih pet nakladnika prema ostvarenim prihodima od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima. Tjednik „Međimurje“ bilježi pomak s petog mjesta na četvrto, prestigavši „Dubrovački vjesnik“ (Hanza Media Grupa), dok „Zagorski list“ bilježi pomak s devetog na osmo mjesto, prestigavši „dulist“. Podsjeća se da je „dulist“ promijenio periodiku i od ožujka 2025. godine je mjesečnik, te je oglašavanje u tom tjedniku moguće samo dvanaest puta u kalendarskoj godini.

Prvi po prihodu od oglašavanja u tjednicima u 2025. godini je nakladnik Nacional News Corporation d.o.o. s tjednikom „Nacional“ i tržišnim udjelom od [30 - 40] posto koji bilježi pad prihoda od oglašavanja.

Drugi je nakladnik Varaždinske vijesti d.d. s istoimenim tjednikom. U promatranoj 2025. godini bilježi tržišni udio od [10 - 20] posto i blagi rast tržišnog udjela. Bilježi blagi rast prihoda od oglašavanja i ujedno bilježi najveći nominalni rast prihoda od oglašavanja u tjednicima.

Treći je tjednik „Međimurje“ nakladnika List Međimurje d.o.o. koji u promatranoj 2025. godini bilježi tržišni udio od [5 – 10] posto i blagi rast tržišnog udjela. Ujedno bilježi blagi rast prihoda od oglašavanja.

Krug nakladnika koji drže tržišni udjel između pet i deset posto čine Media novine d.o.o. s općeinformativnim tjednikom „Međimurske novine“, Dubrovački vjesnik d.o.o. (Hanza Media

Grupa) s istoimenim tjednikom, 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 2025. godini iznosio je [5-10] posto. Nakladnik Dubrovački vjesnik d.o.o. s istoimenim tjednikom je na petoj poziciji i bilježi blagi rast prihoda od oglašavanja, dok je „Globus“ na 12. poziciji uz blagi pad prihoda od oglašavanja.

Tjednik „24sata Express“ u izdanju nakladnika 24sata d.o.o. (Styria Grupa) je na 17. poziciji na tržištu oglašavanja u tjednicima u 2025. godini i bilježi blagi pad prihoda od oglašavanja.

Pored navedenih nakladnika koji bilježe blagi rast prihoda od oglašavanja u 2025. godini, treba istaknuti još jednog nakladnika regionalnih tjednika i to je Zagorski list d.o.o. s istoimenim tjednikom, koji bilježi drugi najveći rast prihoda od oglašavanja u tjednicima.

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.

U ovom segmentu tržišta bilježe se određene značajnije promjene, kako je ranije u tekstu opisano. Distributer tiska do kraja siječnja 2025. u RH bio je Tisak plus d.o.o., zatim od 1. veljače 2025. novo društvo DTM d.o.o. koji je preuzeo od Tiska plus cjelokupnu djelatnost distribucije tiskovina kao organiziranu gospodarsku cjelinu. Jedinu osnivač oba poduzetnika je Fortenova Grupa d.d.

Bitna okolnost na ovom segmentu tržišta je određivanje usluge distribucije tiska na području RH uslugom od općeg gospodarskog interesa. Slijedom navedenog, od 1. srpnja 2025. godine poduzetnik HP - Hrvatska pošta d.d. samostalno preuzima distribuciju tiskanih medija na području RH, uključujući zaprimanje tiskovina od nakladnika, njihovu pripremu i dostavu na prodajna mjesta (kiosci, trgovački lanci i sl.) te preuzimanje i obradu neprodanih primjeraka, uz njihov povrat nakladnicima. Uvjeti suradnje između poduzetnika HP - Hrvatska pošta d.d. i nakladnika uređuju se izravnim ugovornim odnosima između objiju ugovornih strana.

Radi jasnoće, treba razlikovati distribucija tiska u širem ekonomskom smislu, koja uključuje tiražiranje, komisionu prodaju, obračun i odnos prema kupcima/nakladnicima (pružatelj usluge je bio Tisak plus odnosno DTM), od logističke distribucije u užem smislu, koja se odnosi na fizički prijevoz, dostavu i povrat neprodanih primjeraka tiskovina (pružatelj te usluge je HP – Hrvatska pošta d.d.). Slijedom navedenog, HP- Hrvatska pošta d.d. u ovom istraživanju nije

iskazana kao sudionik tržišta trgovine na veliko tiskom jer, prema vlastitom očitovanju, ne nastupa kao veleprodavatelj tiskovina, nego pruža logističku uslugu distribucije tiska u užem smislu.

Zbog navedene promjene, podatke o prihodima od trgovine na veliko tiskom u 2025. godini nije metodološki opravdano promatrati odvojeno za Tisak plus d.o.o. i DTM d.o.o., nego ih treba promatrati zbirno, osobito imajući u vidu da oba društva pripadaju istoj poslovnoj grupi (Fortenova Grupa).

U odnosu na tržište trgovine na veliko tiskom, bilježi se pad prihoda od trgovine na veliko tiskom u RH u 2025. godini u odnosu na prethodnu 2024. u iznosu od sedam posto. Ujedno se bilježi nastavak trenda pada broja kupaca u distribuciji tiska za daljnju prodaju, odnosno 79 veleprodajnih kupaca manje.

Rezultati istraživanja pokazali su kako je u 2025. godini Tisak plus, odnosno DTM distribuirao tisak za daljnju prodaju za 303 veleprodajna kupca, dok je u prethodnoj 2024. godini Tisak plus distribuirao tisak za daljnju prodaju za 382 veleprodajna kupca te se bilježi nastavak negativnog trenda.

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 u bitnome ne bilježi promjenu prihoda maloprodaje tiskom, promatrano sve poduzetnike zajedno, nakladnike i specijalizirane trgovce na malo tiskom. Prihod od trgovine na malo tiskom svih anketiranih poduzetnika iz uzorka iznosi nešto manje od 31,3 milijuna eura. Ujedno se bilježi promjena trenda jer je u 2024. godini bilježen blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom u iznosu od dva posto, dok se u promatranoj 2025. bilježi stagnacija prihoda od trgovine na malo tiskom.

Rast prihoda bilježe iNovine, koji raspolaže s većim brojem specijaliziranih maloprodajnih mjesta, dok Tisak plus, koji raspolaže najvećim brojem specijaliziranih prodajnih mjesta tipa

kiosk, bilježi blagi pad prihoda u odnosu na prethodnu 2024. godinu. Tisak plus ujedno od 1. veljače 2025. bilježi učinak isključivo u ovom segmentu tržišta. Tisak plus je ujedno i nadalje najveći maloprodajni lanac kioska.

Također, velika većina nakladnika direktnom prodajom bilježi blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom, uz iznimku dva nakladnika koji bilježe pad prihoda u ovom segmentu.

Nakladnici u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2025. godini kao najprodavanijeg tiska direktnom su prodajom (većim dijelom pretplatom i manjim dijelom kolportažom) blago povećali prihode od trgovine na malo tiskom. Radi se o relativno značajnom udjelu ukoliko se promatraju ukupnost svih segmenata tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom.

Zbirni prihod od trgovine na malo tiskom za najveće nakladnike dnevnika (Hanza Media Grupa i Styria Grupa; svaki od njih u nakladi ima dva općeinformativna dnevnika) u 2025. godini iznosi 12,9 milijuna eura. Pribrajajući i tri nakladnika dnevnika Glasa Istre Grupacije, zbirni prihod od trgovine na malo nakladnika dnevnika iznosi 14,6 milijuna eura i ujedno se bilježi blagi rast prihoda nakladnika, dok zbirni prihod tri specijalizirana trgovca tiskom (TISAK plus d.o.o., Inovine d.d. i Fibus d.o.o.) u 2025. godini iznosi 16,2 milijuna eura (16,5 milijuna eura u 2024.).

Preostali dio u iznosu nešto manje od 0,5 milijuna eura odnosi se na ostale nakladnike iz uzorka (Edit novinsko-izdavačka ustanova koji je nakladnik općeinformativnog dnevnika „La Voce del Popolo“ te nakladnici općeinformativnih tjednika).

Prvi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je poduzetnik Tisak plus, koji je bilježi blagi pad prihoda u 2025. godini u odnosu na 2024. godinu. Tisak plus maloprodajnu mrežu na teritoriju RH na dan 31. prosinca 2025. godine činilo je 551 prodajnih mjesta. Usporedbe radi, u prethodnoj 2024. godini Tisak plus bilježio je 654 prodajnih mjesta te proizlazi zaključak da je bilo 103 prodajna mjesta manje nego u 2024. godini. Ranije navedeno upućuje na nastavak trenda smanjivanja broja prodajnih mjesta, jer je i u prethodnom istraživanju za 2024. godinu zabilježeno smanjivanje broja prodajnih mjesta Tiska plus, kada je bilježio 111 prodajna mjesta manje u odnosu na 2023.

Drugi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je nakladnik Hanza Media d.o.o. (prema zaprimljenim podacima za „Jutarnji list“ i „Slobodnu Dalmaciju“) koja ujedno bilježi nastavak trenda blagog 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 2025. godini u odnosu na 2024. godinu. Četvrti je nakladnik 24sata d.o.o., također članica Styria Grupe, koji bilježi blagi rast prihoda u odnosu na 2024. godinu.

Inovine d.d. je peti po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom u 2025. godini. Kao specijalizirani trgovac na malo tiskom i duhanskim proizvodima, u 2025. godini imao je 223 prodajnih mjesta dok je u prethodnoj 2024. godini bilježio 225 prodajnih mjesta. Iz navedenog proizlazi da bilježi dva prodajna mjesta manje nego u 2024. godini. Inovine bilježe rast prihoda od trgovine na malo tiskom u 2025. godini u odnosu na 2024. te je rast nešto izraženiji nego što je utvrđeno u prethodnom istraživanju za 2024. godinu. Mreža specijaliziranih prodajnih mjesta poduzetnika Inovina, iako rasprostranjena gotovo po cijelom teritoriju RH, i nadalje je značajno manja od broja prodajnih mjesta poduzetnika Tiska plus.

Fibis d.o.o. u 2025. godini u bitnome bilježi nepromijenjeni iznos prihoda od trgovine na malo tiskom. Iako raspolaže određenim brojem specijaliziranih prodajnih mjesta (pet kioska u 2025., jedan manje u odnosu na 2024.), ista obuhvaćaju znatno manji broj prodajnih mjesta od broja prodajnih mjesta Tiska plus i Inovina. K tome, rasprostranjenost kioska Fibisa je strogo lokalnog karaktera (Grad Zagreb i Zaprešić).

U istraživanju za 2025. godinu utvrđeno je kako nakladnici šest dnevnika kroz pretplatu bilježe rast prihoda od trgovine na malo tiskom, i to su prema rastu prihoda od većeg ka manjem sljedeći nakladnici: 24sata d.o.o., Edit novinsko-izdavačka ustanova („La Voce del Popolo“), Novi list d.d., Hanza Media d.o.o. (zasebni podaci za „Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) te Glas Slavonije d.d. Dva nakladnika dnevnika bilježe blagi pad prihoda od trgovine na malo tiskom.

Usporedbe radi, u istraživanju za 2024. 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.

I nadalje se na prodaju putem specijaliziranih trgovina tiska (Tisak Plus, Inovine i Fibis) odnosi značajan udio od 52 posto, gdje prije svega Tisak plus d.o.o. ima najznačajniji učinak.

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.

Velika većina anketiranih nakladnika u svojim očitovanjima u bitnome su odgovorili kako ne postoje pravne i/ili činjenične zapreke pristupa tržišnim kanalima prodaje tiskovina.

Neki nakladnici pozitivnim ocjenjuju Odluku Vlade RH iz travnja 2025. godine kojom je distribucija tiska u RH proglašena uslugom od općeg gospodarskog interesa, koja je stupila na snagu 4. travnja 2025.

S druge strane, neki od anketiranih nakladnika navode određene probleme u smislu naknada uspoređujući situaciju i nadalje izazovnom po pitanju troškova poslovanja. Također, navode da su ranije u dijelu fiksne naknade plaćali istu po prodanom primjerku Tisku plus/DTM-u, dok od 1. srpnja 2025. plaćaju poduzetniku HP - Hrvatska pošta d.d. fiksnu naknadu po distribuiranom primjerku tiskovine.

Pritom AZTN smatra metodološki primjerenim promatrati ukupni iznos naknade za distribuciju tiska, uključujući fiksni i varijabilni dio naknade, kao i promjene u odnosu na prethodno razdoblje, neovisno o tome koji pravni subjekt naplaćuje pojedinu naknadu i za koju se konkretnu uslugu ta naknada naplaćuje.

Dva značajna nakladnika u očitovanju u bitnome navode kako nema pravnih zapreka pristupu tržištu tiskovina. No, oba ta nakladnika navode kako se u 2025. bilježe bitne promjene u vezi s distribucijom tiska. Konkretno, ta dva nakladnika navode kako je poduzetnik Tisak plus d.o.o. prestao pružati usluge distribucije, odnosno ista je najprije prebačena na novoosnovano društvo DTM d.o.o., a kasnije je većina poslovanja prebačena na HP - Hrvatsku poštu kao glavnog distributera. Odlukom Vlade RH iz travnja 2025. godine određeno je da se distribucija tiska na području RH smatra uslugom od općeg gospodarskog interesa, kojom su predviđene subvencije distributeru tiska, a i postavljena su ograničenja u vezi s naknadom za distribuciju.

Pojedini nakladnici u očitovanjima navode da su, unatoč novom modelu distribucije tiska i predviđenim subvencijama, troškovi distribucije za nakladnike povećani u odnosu na prethodno razdoblje. Ti nakladnici ocjenjuju da takvo stanje otežava poslovanje nakladnika tiskanih medija te kao činjenične poteškoće ističu ograničenu mogućnost utjecaja na poslovne odluke distributera, uključujući izmjene općih uvjeta poslovanja i uvjete pružanja usluga.

Jedan značajniji nakladnik navodi kao novu okolnost ukidanje modela Tisak Bizza pretplate na kioscima Tiska plus d.o.o. u srpnju 2025. godine. Smatra da su sve ranije opisane promjene negativno utjecale na izdavače (smanjenje broja prodajnih mjesta, promjena načina obračuna troška distribucije) te je iz tog razloga napravljena korekcija maloprodajne cijene i sav rizik poslovanja prebačen je na izdavača odnosno nakladnika.

Određeni anketirani nakladnici istaknuli su kao stvarni problem zatvaranje značajnog broja kioska od strane Tiska plus, odnosno uvođenje jednosmjenskog rada (isključivo jutarnja smjena) u kioscima Tiska plus.

Jedan značajniji nakladnik tjednika navodi da je od veljače 2025. godine sa svim opisanim promjenama u svezi distribucije tiska povećan trošak distribucije tiskovine na njegov teret, odnosno na teret nakladnika, koji je djelomično pokriven porastom maloprodajne cijene tjednika. Također taj nakladnik navodi da je pozicija nakladnika od 1. srpnja 2025. bolja u odnosu na početak 2025. godine, no navodi da je pozicija nakladnika nepovoljnija u odnosu na razdoblje od prije dvije godine. Dodatno napominje da bi Vlada RH morala pomoći nakladnicima tjednika na način da se i na tjedne tiskovine obračunava PDV u visini od pet posto, odnosno po stopi koja vrijedi za dnevna izdanja.

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 2025. godini.

U promatranoj 2025. 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 2024. godini.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih dnevnika u 2025. godini iznosio je 25,4 milijuna eura. U prethodnoj 2024. godini prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama nakladnika dnevnika iznosio je 23,6 milijuna eura.

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. Neke poddomene ne bilježe prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama. Drugi nakladnik koji je također članica Styria Grupe, 24sata d.o.o. ima osam elektroničkih publikacija, od toga su dvije glavne domene te šest poddomena.

Hanza Media d.o.o. je navela kako ima ukupno devet elektroničkih publikacija, od toga njih osam bilježi prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama.

Najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama u 2025. godini bilježi 24sata d.o.o. i ujedno bilježi blagi pad prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama. Zatim slijede Hanza Media d.o.o. koja bilježi blagi rast prihoda i Večernji list d.o.o. koji je zabilježio najveći nominalan rast prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama.

Nakladnici općeinformativnih tjednika, njih 11 od ukupno 18 anketiranih, 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 2025. iznosio je 927 tisuća eura. U prethodnoj 2024. godini prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama nakladnika dnevnika iznosio je 454 tisuća eura. Rast je značajan iz razloga što je po prvi puta Nacional News Corporation d.o.o. dostavio izdvojeni podatak o prihodu u ovom segmentu.

Kod nakladnika općeinformativnih tjednika u 2025. godini najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama bilježi Nacional News Corporation d.o.o. zatim slijedi Plan Media d.o.o. te Media novine d.o.o. (oba nakladnika bilježe trend rasta prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama).

U tablici 1. prikazuje se popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnog dnevnika u 2025., uz napomenu da je Novi list d.d. dostavio naziv elektroničke publikacije i za Zadarski list.

Tablica 1. Popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnog dnevnika u 2025.

	Nakladnik	Popis elektroničkih publikacija
1.	24sata d.o.o., Zagreb	www.24sata.hr (glavna domena) https://express.24sata.hr (glavna domena) <i>poddomene:</i> https://miss7.24sata.hr https://miss7zdrava.24sata.hr https://miss7mama.24sata.hr https://gastro.24sata.hr https://autostart.24sata.hr https://joomboos.24sata.hr
2.	Hanza Media d.o.o., Zagreb	www.jutarnji.hr www.gloria.hr www.sportske.jutarnji.hr www.zivim.gloria.hr www.fightsite.hr www.slobodnadalmacija.hr www.zadarski.slobodnadalmacija.hr www.sibenski.slobodnadalmacija.hr www.gloriagram.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) <i>poddomene:</i> 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/ Novi list d.d., Rijeka	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 2025. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila 20,8 milijuna primjeraka, dok je prodana naklada svih općeinformativnih tjednika u RH iznosila nešto manje od 1,4 milijuna primjeraka.

Na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u 2025. godini najprodavanije tiskovine su „24sata“ novinskog nakladnika 24sata d.o.o., a kod nakladnika općeinformativnih tjednika najprodavaniji tjednik u 2025. godini je „Hrvatski tjednik“ nakladnika Tempus 22 d.o.o., istovjetno situaciji u prethodnoj 2024. godini.

U 2025. godini se u odnosu na 2024. bilježi pad prodane naklade općeinformativnih dnevnika od 14 posto, isto kao i u prethodnom istraživanju za 2024. u odnosu na 2023. Ujedno je to nastavak višegodišnjeg trenda pada prodane naklade.

Prodana naklada općeinformativnih tjednika u promatranj 2025. godini bilježi pad od 17 posto u odnosu na 2024. Ujedno se bilježi jače izražen pad prodane naklade tjednika u odnosu na istraživanje za 2024.

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2025. godini iznosio je oko 14,5 milijuna eura. Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2025. iznosio je 4,2 milijuna eura.

Na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima zabilježen je blagi pad prihoda od oglašavanja u 2025. godini od dva posto u odnosu na 2024., a na tržištu općeinformativnih tjednika bilježi se pad prihoda od oglašavanja od osam posto, uz promjenu trenda.

U segmentu distribucije i trgovine tiskom na veliko u 2025. godini zabilježene su značajne organizacijske i regulatorne promjene. Nakon što je distribucija tiska na području Republike Hrvatske određena uslugom od općeg gospodarskog interesa, od 1. srpnja 2025. logističke aktivnosti distribucije tiska obavlja HP – Hrvatska pošta d.d., dok DTM d.o.o. nastavlja obavljati poslove tiražiranja, komisije prodaje tiskovina te obračune prema kupcima i nakladnicima. U odnosu na 2024. godinu, prihod od trgovine na veliko tiskom smanjen je za sedam posto, uz nastavak pada broja kupaca u distribuciji tiska za daljnju prodaju.

Na tržištu trgovine na malo tiskom u 2025. godini ukupni prihodi ostali su u bitnome nepromijenjeni u odnosu na 2024. godinu. Tisak plus d.o.o. i nadalje je najveći maloprodajni lanac kioska, s 551 specijaliziranim maloprodajnim mjestom na dan 31. prosinca 2025., ali bilježi blagi pad prihoda i nastavak smanjenja broja prodajnih mjesta. Inovine d.d., s 223 specijalizirana maloprodajna mjesta, bilježe rast prihoda.

U pogledu pravnih i/ili činjeničnih zapreka pristupu tržišnim kanalima prodaje tiskovina, većina anketiranih nakladnika navela je da takve zapreke ne postoje. Pojedini nakladnici, međutim, kao otegotne okolnosti ističu povećanje troškova distribucije, promjene modela naplate naknada te smanjenje broja prodajnih mjesta.

Najveći nakladnici općeinformativnih dnevnika, Hanza Media Grupa i Styria Grupa, i u 2025. godini ostvaruju najveće prihode od oglašavanja u elektroničkim publikacijama. Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih dnevnika iznosio je 25,4 milijuna eura, dok je kod anketiranih nakladnika općeinformativnih tjednika iznosio 927 tisuća eura.

AZTN dodatno napominje da je tijekom provedbe istraživanja u 2026. godini stupio na snagu novi pravni okvir u području medijskih usluga, uključujući Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2024/1083, što je relevantno za buduća postupanja i vođenje odgovarajućih baza podataka o novinskim nakladnicima i distributerima tiska. Konkretno, tijekom provedbe predmetnog istraživanja tržišta tiska za 2025., u prvom tromjesečju 2026. su prestale važiti odredbe članka 36. i 37. ZoM-a („Narodne novine“, br. 59/04., 84/11., 81/13. i 114/22.). Naime, 26. ožujka 2026. godine stupio je na snagu Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2024/1083, koji je objavljen u „Narodnim novinama“, br. 27/26., od 18. ožujka 2026. godine.

Odredbe ZoM-a, kao posebnog propisa, uređuju način zaštite tržišnog natjecanja na području javnog informiranja (članci 35. - 37. ZoM-a). Isto se odnosilo na obvezu podnošenja prijave namjere provedbe koncentracije i obveze podnositelja prijave AZTN-u (članak 36.). Odredbom članka 37. stavka 1. ZoM-a utvrđena je 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 Republici Hrvatskoj.

U svezi ovih zakonskih izmjena, dodatno se navodi kako je Agencija za medije preuzela vođenje Upisnika novinskih nakladnika i popis distributera upisanih u Upisnik distributera od Hrvatske gospodarske komore.