

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

rujan 2026.

Prikaz stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2025. 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, u Republici Hrvatskoj za 2025. godinu (dalje u tekstu: tržište trgovine na malo mješovitom robom).

Istraživanjem je obuhvaćen 41 poduzetnik koji, prema prihodima ostvarenima od trgovine na malo mješovitom robom, pripada među najznačajnije trgovce na promatranom tržištu.

Uzorak je ostao nepromijenjen u odnosu na istraživanje za 2024. godinu te je ponovno obuhvatio 41 poduzetnika.

Prehrana Trgovina d.d. samostalno je iskazivala prihode do 30. rujna 2025., a 1. listopada 2025. pripojena je Trgovini Krk d.d. Prehrana Trgovina d.d. brisana je iz sudskog registra 24. veljače 2026., dok je Trgovina Krk d.d. kao društvo preuzimatelj postala njezin univerzalni pravni sljednik. Riječ je o statusnoj promjeni unutar Grupacije Čakovečki mlinovi.

Opći pokazatelji tržišta trgovine na malo mješovitom robom

Ukupni prihodi trgovaca iz uzorka AZTN-a ostvareni na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2025. godini iznosili su 8,93 milijarde eura. U odnosu na 2024. godinu, kada su iznosili 8,41 milijardu eura, nominalno su porasli za 521,6 milijuna eura, odnosno 6,2 posto.

Stopa nominalnog rasta prihoda bila je niža nego prethodne godine. U 2024. godini prihodi trgovaca iz uzorka porasli su za 679 milijuna eura, odnosno 8,8 posto, u odnosu na 2023. godinu.

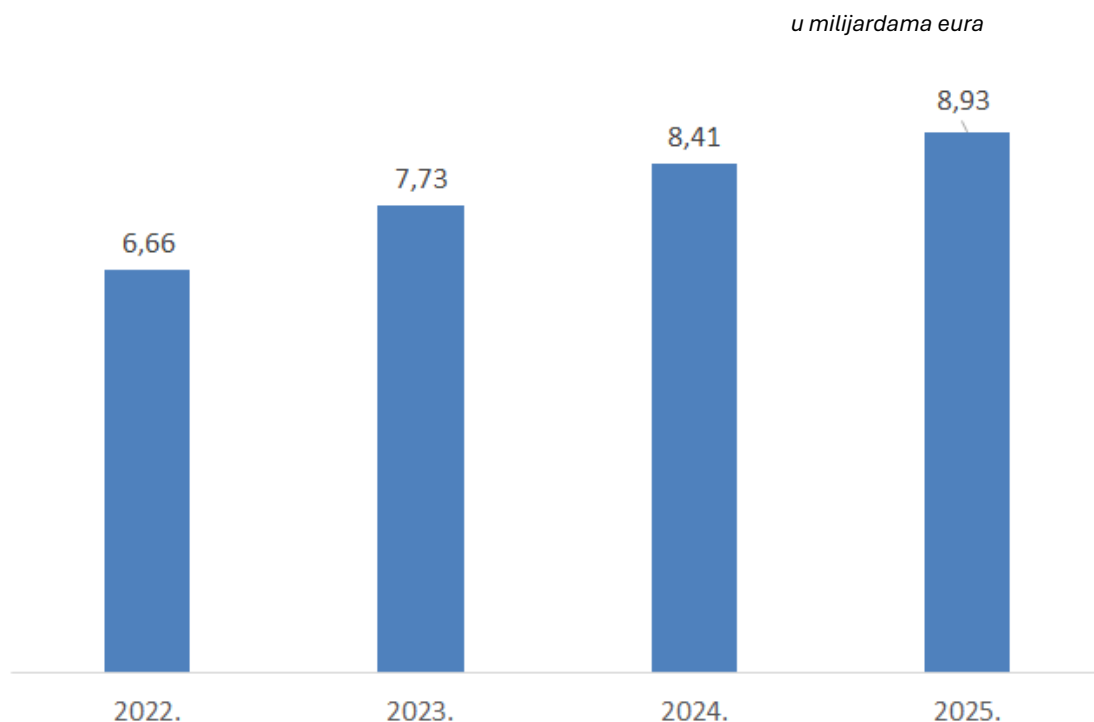
Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, prosječne potrošačke cijene hrane i bezalkoholnih pića u 2025. godini bile su 5,1 posto više nego u 2024. godini. U 2024. godini prosječne cijene te skupine proizvoda bile su 3,9 posto više nego u 2023. godini.¹

Nominalni rast prihoda može se djelomično povezati s rastom potrošačkih cijena, ali i sa širenjem prodajne mreže te drugim promjenama u obujmu i strukturi prodaje. Budući da izravno razdvajanje cjenovnog i količinskog učinka nije bilo predmet istraživanja, na temelju nominalnog rasta prihoda nije moguće izvesti zaključak o odgovarajućoj promjeni prodanih količina.

Na slici 1. prikazani su podaci o ukupnim prihodima trgovaca iz uzorka od trgovine na malo mješovitom robom u RH, u razdoblju od 2022. do 2025. godine.

¹ Državni zavod za statistiku, „Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2024.“, priopćenje od 16. siječnja 2025., CIJ-2024-1-1/12; „Indeksi potrošačkih cijena u prosincu 2025.“, priopćenje od 16. siječnja 2026., CIJ-2025-1-1/12.

Slika 1. Ukupni prihodi trgovaca iz uzorka na tržištu trgovine na malo mješovitom robom od 2022. do 2025. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2022.-2025.; obrada: AZTN.

Trgovci iz uzorka AZTN-a u 2025. godini imali su ukupno 5.347 prodajnih mjesta, 81 prodajno mjesto više nego u 2024. godini, kada ih je bilo 5.266. Broj prodajnih mjesta time je povećan za 1,5 posto.

Ukupna neto prodajna površina trgovaca iz uzorka u 2025. godini iznosila je 1,67 milijuna kvadratnih metara, u usporedbi s 1,63 milijuna kvadratnih metara u 2024. godini. Povećana je za približno 38 tisuća kvadratnih metara, odnosno 2,3 posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom i u 2025. godini bio je Konzum plus, s tržišnim udjelom u rasponu od [20-30] posto. Zabilježio je nominalni rast prihoda te je na kraju godine imao 630 prodajnih mjesta.

Tržišni udjeli pojedinih poduzetnika iskazani su u rasponima jer su izračunani na temelju podataka koje su poduzetnici označili kao poslovnu tajnu.

Članice Schwarz Grupe, Lidl i Kaufland, zajedno su u 2025. godini imale tržišni udio u rasponu od [20-30] posto. Lidl je pojedinačno imao tržišni udio u rasponu od [10-20] posto i 113 prodajnih mjesta, četiri više nego u 2024. godini. Sva njegova prodajna mjesta bila su supermarketi.

Kaufland je imao tržišni udio u rasponu od [5-10] posto i 52 prodajna mjesta, dva više nego prethodne godine. Njegovu prodajnu mrežu činila su 32 hipermarketa i 20 supermarketi.

Lidl i Kaufland ostvarili su dva najveća nominalna povećanja prihoda među trgovcima iz uzorka te su oba zabilježila blagi rast tržišnog udjela. Time je prekinut trend blagog smanjenja njihova zajedničkog tržišnog udjela zabilježen prethodne godine.

Od 41 poduzetnika obuhvaćenog istraživanjem, njih 31 ostvario je rast prihoda u 2025. godini, dok je deset poduzetnika zabilježilo smanjenje prihoda. U 2024. godini rast prihoda ostvarilo je 35 poduzetnika, a smanjenje njih šest.

Najveći nominalni rast prihoda ponovno je ostvario Lidl, jedini trgovac čije je povećanje prihoda bilo veće od 100 milijuna eura. Slijedi Kaufland, a zatim Plodine, Spar i Tommy. Kod ta četiri trgovca povećanje prihoda kretalo se između 50 i 100 milijuna eura.

Studenac, Konzum plus i Eurospin ostvarili su povećanje prihoda između 20 i 30 milijuna eura, dok je kod NTL-a, Trgovine Krk i KTC-a povećanje iznosilo između 10 i 20 milijuna eura.

Među deset vodećih trgovaca Kaufland je jedini ostvario dvoznamenkastu stopu rasta prihoda u 2025. godini. Zadržao je peto mjesto prema prihodima, s tržišnim udjelom u rasponu od [5-10] posto.

Među trgovcima izvan prvih deset dvoznamenkastu stopu rasta prihoda ostvario je Eurospin. Na kraju 2025. godine imao je 37 prodajnih mjesta, osam više nego godinu prije, pri čemu su sva prodajna mjesta bila supermarketi. Poslovao je u 17 županija i Gradu Zagrebu, a tijekom godine otvorio je prvo prodajno mjesto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, u Metkoviću.

Eurospin je prema ostvarenim prihodima zauzeo 11. mjesto na promatranom tržištu te je zabilježio blagi rast tržišnog udjela.

Među regionalnim trgovcima veće nominalno povećanje prihoda ostvarili su Boso, Ribola, NewMip i Slavonija-Bošković. Kod svakog od tih trgovaca povećanje prihoda kretalo se između pet i deset milijuna eura.

Deset vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2025. godini

U tablici 1. prikazano je deset vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2025. godini prema ostvarenim prihodima.

Tablica 1. Deset vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2025. godini

	Poduzetnik	Tržišni udio u 2025. 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] %
	Deset vodećih trgovaca:	87,7 %
	Ostali 31 trgovac:	12,3 %

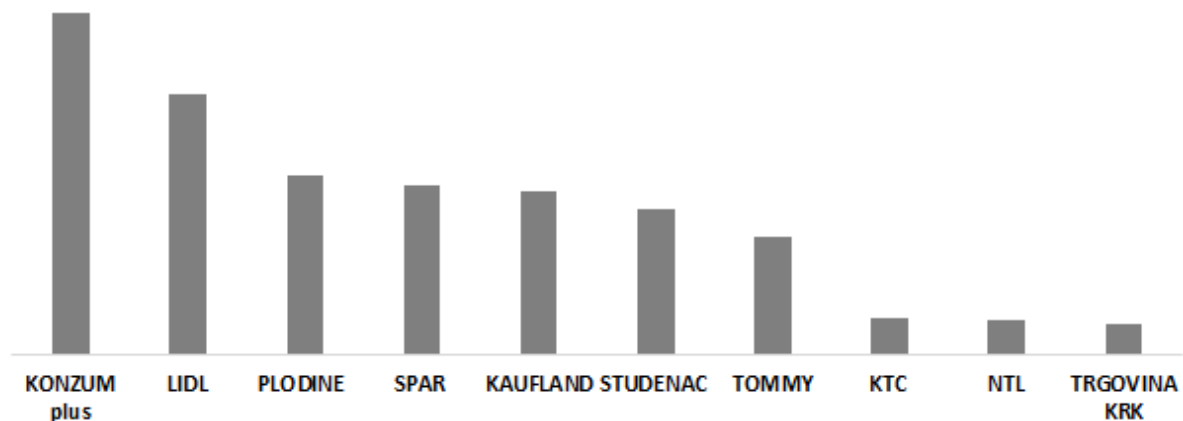
Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U odnosu na 2024. godinu nije bilo promjena ni u sastavu ni u poretku deset vodećih trgovaca. Njihov ukupni prihod u 2025. godini iznosio je 7,84 milijarde eura, što je približno 460 milijuna eura, odnosno 6,2 posto više nego u 2024. godini, kada je iznosio 7,38 milijardi eura.

U 2025. godini zabilježene su manje promjene u raspodjeli tržišnih udjela među vodećim trgovcima. Najveće povećanje udjela ostvarili su Lidl i Kaufland, dok su blago povećanje zabilježili i Tommy, Spar, Plodine i Trgovina Krk.

Na slici 2. prikazani su tržišni udjeli deset vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2025. godini.

Slika 2. Tržišni udjeli deset vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2025. godini



Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN

Pokazatelji koncentracije tržišta ostali stabilni

U 2025. godini blago se smanjila razlika između tržišnih udjela vodećeg trgovca Konzuma plus i drugoplasiranog Lidla.

Pokazatelj CR_{10} , koji predstavlja zajednički tržišni udio deset vodećih trgovaca, u 2025. godini iznosio je 87,7 posto. U odnosu na 2024. godinu, kada je iznosio 87,8 posto, smanjen je za 0,1 postotni bod.

Neznatno smanjenje CR_{10} posljedica je blagog smanjenja zbirnog udjela deset vodećih trgovaca, uz istodobne manje promjene udjela pojedinih trgovaca unutar te skupine.

U tablici 2. prikazani su povijesni podaci o pokazateljima koncentracije tržišta (CR_5 , CR_{10} , te Herfindahl-Hirschmanov indeks - HHI) maloprodaje mješovitom robom u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2006. do 2025.

Tablica 2. Pokazatelji koncentracije tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2025. godine

Godina	HH indeks	CR ₅	CR ₁₀
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
2025.	1.408	66,2	87,7

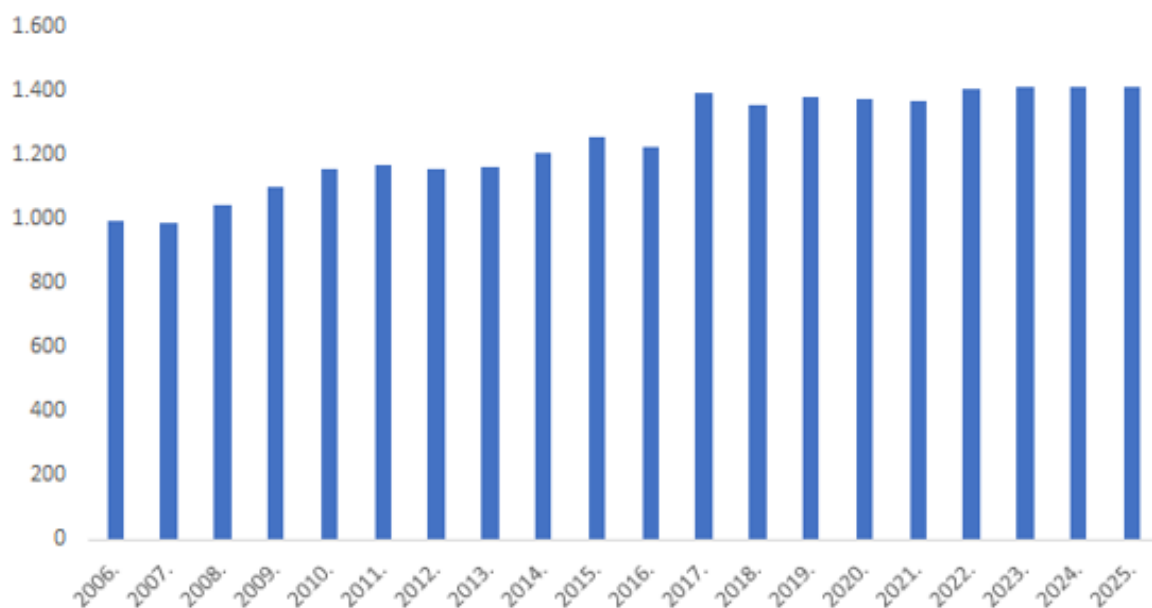
Izvor: istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za razdoblje 2006. - 2025.; obrada: AZTN.

Pokazatelj CR₅, koji predstavlja zajednički tržišni udio pet vodećih trgovaca, u 2025. godini iznosio je 66,2 posto. U odnosu na 2024. godinu, kada je iznosio 66,3 posto, smanjen je za 0,1 postotni bod. Pet vodećih trgovaca tako je zajedno ostvarilo nešto manje od dvije trećine ukupnih prihoda na promatranom tržištu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) za 2025. godinu iznosio je 1.408 bodova, u usporedbi s 1.409 bodova u 2024. godini. HHI uzima u obzir broj sudionika na tržištu i raspodjelu njihovih tržišnih udjela, a navedena vrijednost upućuje na relativno nisku razinu koncentracije tržišta.

Na slici 3. grafički je prikazan trend kretanja HHI tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2025. godine.

Slika 3. Pokazatelj HHI tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u razdoblju od 2006. do 2025. godine

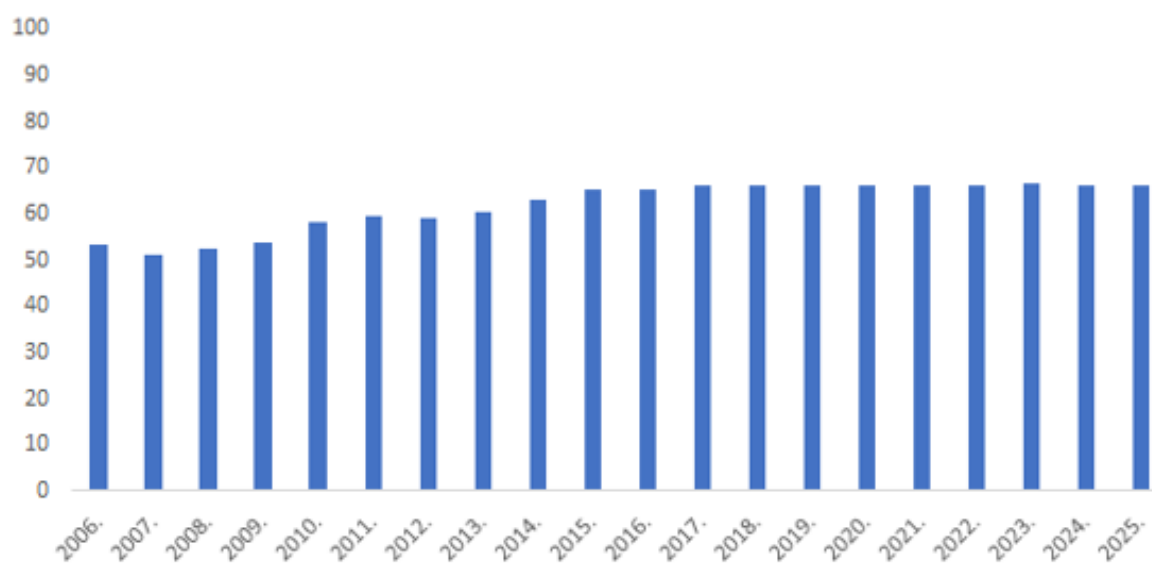


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2025. godine

Iz grafičkog prikaza na slici 3. proizlazi da je HHI u razdoblju od 2006. do 2025. godine imao rastući trend. Od 2017. godine njegove su vrijednosti razmjerno stabilne. HHI je u 2017. godini iznosio 1.388 bodova, a u 2025. godini 1.408 bodova, što predstavlja neznatno povećanje u promatranom razdoblju.

Na slici 4. grafički je prikazan pokazatelj koncentracije tržišta CR₅ u razdoblju od 2006. do 2025. godine

Slika 4. Pokazatelj koncentracije CR₅ u razdoblju od 2006. do 2025. godine

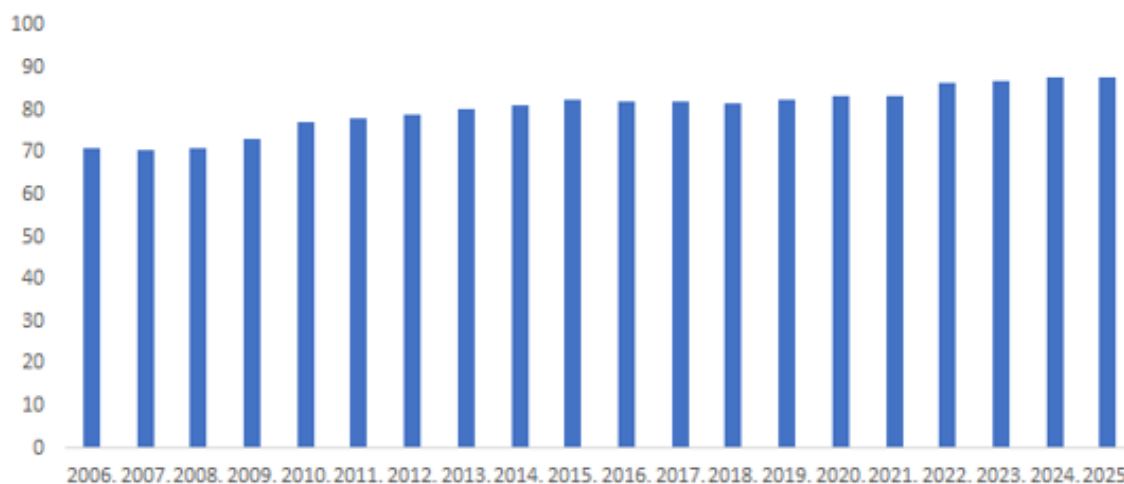


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2025. godine

Pokazatelj CR₅ rastao je od 2006. do 2017. godine, nakon čega je ostao razmjerno stabilan, uz manje godišnje oscilacije. U 2025. godini iznosio je 66,2 posto, odnosno 0,1 postotni bod manje nego u 2024. godini.

Na slici 5. grafički je prikazan pokazatelj koncentracije tržišta CR₁₀ u razdoblju od 2006. do 2025. godine.

Slika 5. Pokazatelj koncentracije CR₁₀ u razdoblju od 2006. do 2025. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju od 2006. do 2025. godine.

Pokazatelj CR₁₀ u 2025. godini iznosio je 87,7 posto, odnosno 0,1 postotni bod manje nego u 2024. godini. Promjena je neznatna i upućuje na stabilnost zajedničkog tržišnog udjela deset vodećih trgovaca.

CR₁₀ je rastao od 2006. do 2015. godine, a od 2016. do 2021. bilježio je razmjerno stabilne vrijednosti. U 2022. godini povećan je s 83,5 na 86,4 posto. U posljednje tri promatrane godine ostao je stabilan, uz manje godišnje oscilacije: nakon blagog povećanja u 2024. godini, u 2025. smanjen je za 0,1 postotni bod.

Stanje i struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom po županijama i gradovima

Najveći broj trgovaca iz uzorka u 2025. godini poslovaio je u Gradu Zagrebu, njih 18. Slijede Zagrebačka županija sa 17 trgovaca, Primorsko-goranska i Varaždinska županija sa po 16 te Bjelovarsko-bilogorska i Zadarska županija sa po 15 trgovaca. Po 14 trgovaca poslovalo je u Osječko-baranjskoj, Krapinsko-zagorskoj, Koprivničko-križevačkoj, Brodsko-posavskoj, Požeško-slavonskoj i Virovitičko-podravskoj županiji.

Najmanji broj trgovaca iz uzorka poslovaio je u Dubrovačko-neretvanskoj i Ličko-senjskoj županiji, po devet. U Međimurskoj i Sisačko-moslavačkoj županiji poslovalo je po 11, a u Šibensko-kninskoj, Splitsko-dalmatinskoj i Istarskoj županiji po 12 trgovaca.²

² Prema Nacionalnoj klasifikaciji statističkih regija 2021. (HR_NUTS 2021.), Republika Hrvatska podijeljena je na četiri statističke regije razine NUTS 2: Panonsku Hrvatsku, Jadransku Hrvatsku, Sjevernu Hrvatsku i Grad Zagreb. Županije čine statističke jedinice razine NUTS 3 („Narodne novine“, br. 125/19.).

U pojedinim županijama povećao se broj prisutnih trgovaca. U Zadarskoj županiji prvi put je obuhvaćen trgovac Djelo Vodice, dok je Eurospin sredinom prosinca 2025. otvorio prvo prodajno mjesto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, u Metkoviću.

Kao i u 2024. godini, rast prihoda zabilježen je u svim županijama i Gradu Zagrebu. Dinamika rasta razlikovala se među pojedinim regionalnim tržištima.

Najveći prihod ostvaren je u Gradu Zagrebu, koji je prema tom kriteriju najveće regionalno tržište u Republici Hrvatskoj. Prihodi su iznosili 1,51 milijardu eura, što je 75,9 milijuna eura, odnosno 5,3 posto više nego u 2024. godini. U 2024. godini iznosili su približno 1,43 milijarde eura.

Slijedi Splitsko-dalmatinska županija, u kojoj su prihodi iznosili nešto manje od 1,2 milijarde eura. U odnosu na 2024. godinu povećani su za približno 72 milijuna eura, odnosno 6,5 posto.

Grad Zagreb i Splitsko-dalmatinska županija jedina su dva promatrana regionalna tržišta na kojima su prihodi premašili milijardu eura.

U Primorsko-goranskoj županiji prihodi su iznosili 741 milijuna eura, u Istarskoj 678 milijuna, u Zadarskoj 613 milijuna, u Zagrebačkoj 595 milijuna te u Osječko-baranjskoj županiji 485 milijuna eura.

U preostalih 14 županija prihodi su bili manji od 400 milijuna eura. Prihode između 200 i 400 milijuna eura ostvarilo je devet županija: Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska, Sisačko-moslavačka, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska, Krapinsko-zagorska, Brodsko-posavska, Karlovačka i Koprivničko-križevačka županija. Koprivničko-križevačka županija prvi je put ušla u tu skupinu.

U Međimurskoj, Bjelovarsko-bilogorskoj, Virovitičko-podravskoj, Požeško-slavonskoj i Ličko-senjskoj županiji prihodi su se kretali između 100 i 200 milijuna eura.

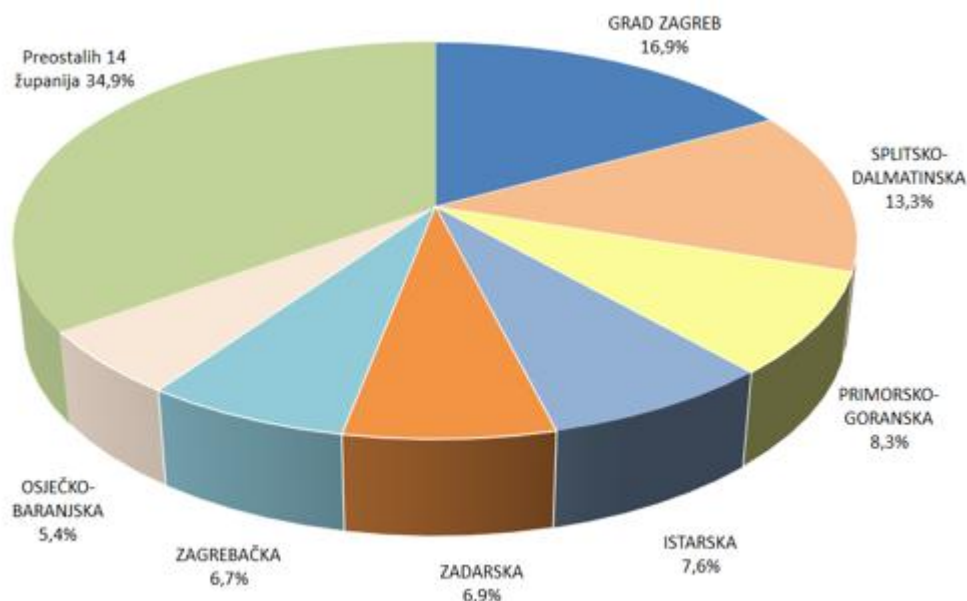
U odnosu na 2024. godinu zabilježena je jedna promjena u poretku županija prema ostvarenim prihodima: Brodsko-posavska županija zauzela je 14. mjesto, ispred Karlovačke županije.

U Gradu Zagrebu te Splitsko-dalmatinskoj, Primorsko-goranskoj, Istarskoj, Zadarskoj, Zagrebačkoj i Osječko-baranjskoj županiji ostvareno je 65,1 posto ukupnih prihoda na promatranom tržištu. U preostalih 14 županija ostvareno je 34,9 posto prihoda. Raspodjela je ostala gotovo nepromijenjena u odnosu na 2024. godinu, kada su ti udjeli iznosili 65,2 odnosno 34,8 posto.

Udio Grada Zagreba i šest navedenih županija blago se smanjivao tijekom posljednje četiri godine: sa 65,8 posto u 2022. na 65,6 posto u 2023., 65,2 posto u 2024. i 65,1 posto u 2025. godini. Slijedom toga, udio preostalih 14 županija postupno se povećao na 34,9 posto.

Na slici 6. prikazani su udjeli Grada Zagreba i pojedinih županija u ukupnim prihodima na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2025. godini.

Slika 6. Udjeli Grada Zagreba i županija u ukupnim prihodima na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2025. godini



Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

Na Grad Zagreb odnosilo se 16,9 posto ukupnih prihoda na promatranom tržištu, u usporedbi sa 17 posto u 2024. godini. Slijede Splitsko-dalmatinska županija s udjelom od 13,3 posto, Primorsko-goranska s 8,3 posto, Istarska sa 7,6 posto, Zadarska sa 6,9 posto, Zagrebačka sa 6,7 posto te Osječko-baranjska županija s udjelom od 5,4 posto. Promjene udjela pojedinih županija u odnosu na 2024. godinu bile su male i kretale su se do 0,3 postotna boda.

Najveći nominalni rast prihoda ostvaren je u Gradu Zagrebu, gdje su prihodi porasli za 75,9 milijuna eura, odnosno 5,3 posto. Slijede Splitsko-dalmatinska županija s rastom od približno 72 milijuna eura, Zadarska s 39,3 milijuna, Osječko-baranjska s 38,1 milijuna, Zagrebačka s 37,7 milijuna te Istarska županija s rastom od 32 milijuna eura. U ostalim županijama nominalni rast bio je manji od 30 milijuna eura.

U odnosu na prethodnu godinu promijenio se poredak županija prema nominalnom povećanju prihoda. Zadarska i Osječko-baranjska županija zauzele su više, a Zagrebačka i Primorsko-goranska niže mjesto nego u 2024. godini.

Najvišu stopu rasta prihoda ostvarila je Ličko-senjska županija, 9,1 posto. Riječ je o najmanjem regionalnom tržištu prema nominalnom prihodu, s ukupno 114 milijuna eura prihoda i devet prisutnih trgovaca iz uzorka. Prema podacima anketiranih trgovaca na malo, u toj županiji nema hipermarketa.

Slijedi Osječko-baranjska županija sa stopom rasta od 8,5 posto. Rastu je mogla pridonijeti i činjenica da su prodajna mjesta Studenca i Eurospina, otvorena tijekom 2024. godine, u 2025. poslovala tijekom svih 12 mjeseci. Visoke stope rasta ostvarile su i Vukovarsko-srijemska županija, 8,3 posto, te Virovitičko-podravka županija, 8,2 posto.

Dok je u 2024. godini deset županija ostvarilo dvoznamenkaste stope rasta prihoda, u 2025. godini stope rasta u svim županijama i Gradu Zagrebu bile su jednoznamenkaste.

Promjene su zabilježene i u poretku vodećih trgovaca na pojedinim županijskim tržištima. Konzum plus zadržao je vodeću poziciju u Gradu Zagrebu te u Zagrebačkoj, Krapinsko-zagorskoj, Varaždinskoj, Karlovačkoj i Osječko-baranjskoj županiji. Drugo mjesto zauzeo je u Ličko-senjskoj, Šibensko-kninskoj, Vukovarsko-srijemskoj i Međimurskoj županiji.

Lidl i Kaufland zabilježili su promjene u poretku na pojedinim županijskim tržištima. Članice Schwarz Grupe u 2025. godini bile su vodeći trgovci u ukupno pet županija, u usporedbi s tri županije u 2024. godini.

Lidl je u 2025. godini bio vodeći trgovac u Koprivničko-križevačkoj, Bjelovarsko-bilogorskoj i Virovitičko-podravskoj županiji. U Koprivničko-križevačkoj županiji ponovno je zauzeo vodeću poziciju nakon 2023., a u Bjelovarsko-bilogorskoj nakon 2022. godine. U Virovitičko-podravskoj županiji zadržao je vodeću poziciju.

Kaufland je zadržao vodeću poziciju u Brodsko-posavskoj i Požeško-slavonskoj županiji.

Lidl je drugo mjesto zauzeo u sedam županija: Zagrebačkoj, Varaždinskoj, Karlovačkoj, Sisačko-moslavačkoj, Osječko-baranjskoj, Primorsko-goranskoj i Istarskoj. U odnosu na 2024. godinu na drugo se mjesto pomaknuo u Sisačko-moslavačkoj, Osječko-baranjskoj i Primorsko-goranskoj županiji.

Plodine su zadržale vodeću poziciju u Primorsko-goranskoj, Istarskoj, Ličko-senjskoj i Zadarskoj županiji. Na kraju 2025. godine imale su 150 prodajnih mjesta, sedam više nego u 2024. godini. Njihovu mrežu činilo je 140 supermarketa i deset hipermarketa. Najveći broj prodajnih mjesta imale su u Primorsko-goranskoj županiji, njih 26, te u Istarskoj županiji, njih 22.

Spar je poslovao u 19 županija i Gradu Zagrebu, a nije bio prisutan jedino u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Imao je 146 prodajnih mjesta, četiri više nego u 2024. godini. Od toga je 98 prodajnih mjesta bilo u formatu supermarketa. Najveći broj prodajnih mjesta imao je u Gradu Zagrebu, njih 54, zatim u Primorsko-goranskoj županiji, njih 11, te u Zagrebačkoj županiji, njih deset.

Studenac je poslovao u svim županijama i Gradu Zagrebu te je s ukupno 1.487 prodajnih mjesta imao najveću prodajnu mrežu među trgovcima iz uzorka. U odnosu na 2024. godinu broj njegovih prodajnih mjesta povećan je za 76. Prema podacima koje je dostavio poduzetnik, povećanje mreže pretežno se odnosilo na prodajna mjesta uzeta u zakup od drugih pravnih ili fizičkih osoba. Uz to je otvoren novoizgrađeni supermarket u Petračanima u Zadarskoj županiji.

Studenac je bio vodeći trgovac u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Drugo mjesto zauzeo je u Splitsko-dalmatinskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, treće u Zadarskoj i Sisačko-moslavačkoj, a četvrto u Istarskoj županiji. U razdoblju od 2022. do 2025. godine proširio je prisutnost na dodatna županijska tržišta, pretežno u Panonskoj i Sjevernoj Hrvatskoj, najvećim dijelom na temelju prethodnih preuzimanja konkurenata.

Tommy je poslovao u devet županija i Gradu Zagrebu te je imao 227 prodajnih mjesta, četiri više nego u 2024. godini. Supermarketi su činili 57 posto njegove prodajne mreže. Nešto više od polovice Tommyjevih prihoda na promatranom tržištu ostvareno je u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u kojoj je bio vodeći trgovac. Vodeću poziciju zadržao je i u Šibensko-kninskoj županiji.

Tommy je preuzeo 33 prodajna mjesta Brodokomerc Nove, koja je poslovala na području Primorsko-goranske županije. Dio tih prodajnih mjesta nije poslovao tijekom cijele 2025. godine zbog preuređenja, dok su pojedina prodajna mjesta u Rijeci i okolici vraćena zakupodavcima.

KTC je poslovao u deset županija i imao ukupno 30 prodajnih mjesta velikog formata. U Koprivničko-križevačkoj i Virovitičko-podravskoj županiji zauzeo je drugo, a u Bjelovarsko-bilogorskoj i Požeško-slavonskoj županiji treće mjesto.

NTL d.o.o. poslovao je u deset županija i Gradu Zagrebu te je imao 351 prodajno mjesto, četiri manje nego u 2024. godini. Njegova prodajna mjesta bila su pretežno malog formata. Treće mjesto zauzeo je u Osječko-baranjskoj županiji, u kojoj je imao i najveći broj prodajnih mjesta, njih 181.

Trgovina Krk zadržala je vodeću poziciju u Međimurskoj županiji. Imala je ukupno 384 prodajna mjesta u deset županija i Gradu Zagrebu, pretežno malog formata, pri čemu je najveći broj prodajnih mjesta imala u Primorsko-goranskoj županiji.

Tijekom posljednjih nekoliko godina Trgovina Krk proširila je poslovanje na tržišta Sjeverne i Panonske Hrvatske. Širenje se velikim dijelom temeljilo na pripajanjima drugih članica Grupacije Čakovečki mlinovi. Metss je pripojen 2021., Trgostil 2022., Prehrana Trgovina 2025., a NewMip u lipnju 2026. godine. Trgovina Krk jedan je od osnivača društva NTL d.o.o. i punopravna članica NTL grupacije.

Među regionalnim i lokalnim trgovcima Boso je zadržao vodeću poziciju u Vukovarsko-srijemskoj županiji. NewMip je u 2025. godini bio vodeći trgovac u Sisačko-moslavačkoj županiji. Tijekom provedbe istraživanja, 18. lipnja 2026., pripojen je Trgovini Krk, čime je njegovo poslovanje u trgovini na malo mješovitom robom objedinjeno u okviru Trgovine Krk.

Među ostalim regionalnim i lokalnim trgovcima prema ostvarenim prihodima izdvajaju se Ribola, Gavranović i Bakmaz.

Najmanja razlika između tržišnih udjela triju vodećih trgovaca zabilježena je u Zadarskoj županiji. Relativno male razlike između udjela triju vodećih trgovaca zabilježene su i u Požeško-slavonskoj, Koprivničko-križevačkoj i Šibensko-kninskoj županiji.

Pet vodećih trgovaca po županijama i Gradu Zagrebu

U nastavku je prikazano pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Gradu Zagrebu i pojedinim županijama prema prihodima ostvarenima u 2025. godini.

GRAD ZAGREB

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[30-40] %
SPAR	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
STUDENAC	[5-10] %

ZAGREBAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[30-40] %
LIDL	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
KAUFLAND	[5-10] %
PLODINE	[5-10] %

KRAPINSKO-ZAGORSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[20-30] %
TRGOCENTAR ZABOK	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
SPAR	[5-10] %
PLODINE	[5-10] %

SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
NEWMIP	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
STUDENAC	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
KONZUM plus	[5-10] %

KARLOVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
GAVRANOVIĆ	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %

VARAŽDINSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
NTL	[5-10] %

KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
LIDL	[10-20] %
KTC	[10-20] %
ROBIN	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
STUDENAC	[5-10] %

BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
LIDL	[10-20] %
STUDENAC	[10-20] %
KTC	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
PPK-BJELOVAR	[10-20] %

PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
PLODINE	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
TRGOVINA KRK	[5-10] %

LIČKO-SENJSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
PLODINE	[30-40] %
KONZUM plus	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
SPAR	[5-10] %
STUDENAC	[5-10] %

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
LIDL	[10-20] %
KTC	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
NTL	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KAUFLAND	[10-20] %
NEWMIP	[10-20] %
KTC	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
LIDL	[10-20] %

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KAUFLAND	[10-20] %
BOSO	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
SPAR	[5-10] %

ZADARSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
PLODINE	[10-20] %
TOMMY	[10-20] %
STUDENAC	[10-20] %
SPAR	[5-10] %
KONZUM plus	[5-10] %

OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
NTL	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
PLODINE	[5-10] %

ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
TOMMY	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
PLODINE	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
STUDENAC	[5-10] %

VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
BOSO	[20-30] %
KONZUM plus	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
SLAVONIJA BOŠKOVIĆ	[5-10] %

SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
TOMMY	[20-30] %
STUDENAC	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
RIBOLA	[5-10] %

ISTARSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
PLODINE	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
STUDENAC	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %

DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
STUDENAC	[20-30] %
TOMMY	[20-30] %
KONZUM plus	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
PLODINE	[10-20] %

MEĐIMURSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio u 2025. godini
TRGOVINA KRK	[20-30] %
KONZUM plus	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
KTC	[10-20] %
KAUFLAND	[5-10] %

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U odnosu na 2024. godinu zabilježeno je više promjena u sastavu i poretku pet vodećih trgovaca na pojedinim županijskim tržištima.

U Krapinsko-zagorskoj županiji jedina promjena u sastavu pet vodećih trgovaca odnosila se na ulazak Plodina na peto mjesto umjesto Trgovine Krk. U Sisačko-moslavačkoj županiji Lidl je zauzeo drugo mjesto, dok je Konzum plus ušao među pet vodećih trgovaca na petom mjestu umjesto Plodina.

U Koprivničko-križevačkoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji došlo je do promjene vodećeg trgovca: prvo mjesto zauzeo je Lidl, dok su KTC odnosno Studenac zauzeli drugo mjesto.

Lidl je zauzeo drugo mjesto i u Primorsko-goranskoj i Osječko-baranjskoj županiji, što predstavlja promjenu u poretku u odnosu na 2024. godinu.

U Varaždinskoj županiji NTL je ušao među pet vodećih trgovaca na petom mjestu umjesto Plodina, dok je u Virovitičko-podravskoj županiji na peto mjesto ušao Konzum plus, također umjesto Plodina.

Promjene u poretku četvrtog i petog trgovca zabilježene su i u Požeško-slavonskoj, Brodsko-posavskoj i Zadarskoj županiji.

U Vukovarsko-srijemskoj županiji Lidl i Kaufland zamijenili su mjesta u poretku, pri čemu je Lidl zauzeo treće, a Kaufland četvrto mjesto. U Dubrovačko-neretvanskoj županiji Tommy je ponovno zauzeo drugo mjesto, prvi put nakon 2022. godine.

Struktura tržišta i pet vodećih trgovaca u Splitu, Rijeci i Osijeku

U nastavku se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u 2025. godini za gradove Split, Rijeku i Osijek, koji su uz Grad Zagreb najveća gradska tržišta obuhvaćena istraživanjem.

Jedina promjena u sastavu pet vodećih trgovaca zabilježena je u Splitu, gdje je Kaufland zauzeo peto mjesto.

Trgovci iz uzorka u Splitu u 2025. godini ostvarili su 388,3 milijuna eura prihoda, u usporedbi s 367 milijuna eura u 2024. godini. Prihodi su porasli za 21,3 milijuna eura, odnosno 5,8 posto.

Tommy je zadržao vodeću poziciju s tržišnim udjelom u rasponu od [20-30] posto. Slijede Lidl, Spar i Konzum plus, svaki s udjelom u rasponu od [10-20] posto, te Kaufland s udjelom u rasponu od [5-10] posto.

Tommy i Kaufland zabilježili su blago povećanje tržišnog udjela, dok su promjene udjela ostalih vodećih trgovaca bile male. Pet vodećih trgovaca u Splitu prikazano je u tablici 3.

Tablica 3. Pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Splitu u 2025. godini

	Tržišni udio u 2025. godini
TOMMY	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
SPAR	[10-20] %
KONZUM plus	[10-20] %
KAUFLAND	[5-10] %

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U Splitu je u 2025. godini bilo ukupno 157 prodajnih mjesta, dva više nego u 2024. godini, s nešto više od 67 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine. Najveći broj prodajnih mjesta imao je Studenac, njih 51, zatim Tommy s 35, Konzum plus s 21, Ribola s 18 te Victa s 14 prodajnih mjesta.

Sva prodajna mjesta Studenca bila su malog formata. Tommy i Konzum plus imali su prodajna mjesta malog i velikog formata.

Razlika između tržišnih udjela vodećeg Tommyja i drugoplasiranog Lidla u 2025. godini blago se povećala.

Na Split se odnosilo 32,8 posto ukupnih prihoda ostvarenih u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Trgovci iz uzorka u Rijeci u 2025. godini ostvarili su 230 milijuna eura prihoda, u usporedbi s 219,7 milijuna eura u 2024. godini. Prihodi su porasli za 10,3 milijuna eura, odnosno 4,7 posto.

Nominalni rast bio je neznatno viši nego prethodne godine, kada je iznosio 9,7 milijuna eura.

Spar je zadržao vodeću poziciju s tržišnim udjelom u rasponu od [20-30] posto. Slijede Plodine s udjelom u istom rasponu, Lidl i Kaufland s pojedinačnim udjelima u rasponu od [10-20] posto te Konzum plus s udjelom u rasponu od [5-10] posto.

Tommy je zauzeo šesto mjesto s tržišnim udjelom u rasponu od [5-10] posto. Brodokomerc Nova, koju je preuzeo Tommy, zasebno je ostvarila udio u rasponu od [0-5] posto. Njihov zajednički tržišni udio nalazio se u rasponu od [5-10] posto i blago je povećan u odnosu na 2024. godinu.

U odnosu na 2024. godinu zabilježene su manje promjene tržišnih udjela, bez promjene vodećeg trgovca.

U tablici 4. prikazano je pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Rijeci u 2025. godini.

Tablica 4. Pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Rijeci u 2025. godini

	Tržišni udio u 2025. godini
SPAR	[20-30] %
PLODINE	[20-30] %
LIDL	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
KONZUM plus	[5-10] %

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U Rijeci je u 2025. godini bilo ukupno 97 prodajnih mjesta, jedno više nego prethodne godine, s nešto manje od 58 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine.

Najveći broj aktivnih prodajnih mjesta imala je Brodokomerc Nova, njih 24, zatim Studenac s 20 te Trgovina Krk s 13 prodajnih mjesta.

Prodajnu mrežu Brodokomerc Nove pretežno su činila prodajna mjesta malog formata, uz određeni broj supermarketa. Studenac i Trgovina Krk imali su isključivo prodajna mjesta malog formata.

Razlika između tržišnih udjela vodećeg Spara i drugoplasiranih Plodina bila je mala te se dodatno smanjila u odnosu na 2024. godinu.

Na Rijeku se odnosilo 31,1 posto ukupnih prihoda ostvarenih u Primorsko-goranskoj županiji.

Trgovci iz uzorka u Osijeku u 2025. godini ostvarili su 202 milijuna eura prihoda, u usporedbi sa 184,7 milijuna eura u 2024. godini. Prihodi su porasli za 17,3 milijuna eura, odnosno 9,4 posto.

Nominalni rast bio je gotovo jednak rastu iz 2024. godine, kada je iznosio 17 milijuna eura.

Konzum plus zadržao je vodeću poziciju s tržišnim udjelom u rasponu od [20–30] posto. Slijede Spar, Lidl i Kaufland, svaki s udjelom u rasponu od [10–20] posto, te NTL s udjelom u rasponu od [5–10] posto. U odnosu na 2024. godinu zabilježene su manje promjene tržišnih udjela, bez promjene vodećeg trgovca.

Pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Osijeku u 2025. godini prikazano je u tablici 5.

Tablica 5. Pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom u Osijeku u 2025. godini

	Tržišni udio u 2025. godini
KONZUM plus	[20-30] %
SPAR	[10-20] %
LIDL	[10-20] %
KAUFLAND	[10-20] %
NTL	[5-10] %

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U Osijeku je u 2025. godini bilo ukupno 80 prodajnih mjesta, devet više nego prethodne godine, s nešto više od 42 tisuće kvadratnih metara neto prodajne površine.

Najveći broj prodajnih mjesta imao je NTL, njih 31, pri čemu su sva bila malog formata. Slijede Konzum plus s 12 i Studenac s 11 prodajnih mjesta.

Razlika između tržišnih udjela vodećeg Konzuma plus i drugoplasiranog Spara smanjila se u odnosu na 2024. godinu.

Na Osijek se odnosilo 41,7 posto ukupnih prihoda ostvarenih u Osječko-baranjskoj županiji.

Taj je udio bio viši nego u slučaju Splita u Splitsko-dalmatinskoj županiji, 32,8 posto, i Rijeke u Primorsko-goranskoj županiji, 31,1 posto, što upućuje na veću koncentraciju županijskih prihoda u najvećem gradu Osječko-baranjske županije.

Grupacije poduzetnika na tržištu trgovine na malo mješovitom robom

U nastavku se zasebno prikazuju vlasnički povezane grupe poduzetnika te trgovačke i nabavne grupacije čije članice zajednički nastupaju u pojedinim segmentima poslovanja.

Schwarz Grupa

Lidl i Kaufland, članice Schwarz Grupe, u 2025. godini zajedno su imali tržišni udio u rasponu od [20-30] posto. Oba su poduzetnika zabilježila blago povećanje tržišnog udjela u odnosu na 2024. godinu, a ujedno su ostvarila dva najveća nominalna povećanja prihoda među trgovcima iz uzorka.

Lidl je na kraju 2025. godine imao 113 supermarketa, a Kaufland 52 prodajna mjesta, od čega 32 hipermarketa i 20 supermarketa. Schwarz Grupa tako je zajedno imala 165 prodajnih mjesta,

šest više nego u 2024. godini. Obje članice širile su prodajnu mrežu otvaranjem novih prodajnih mjesta, a ne preuzimanjem konkurenata.

Fortenova grupa

U okviru Fortenova grupe na području trgovine i distribucije posluje više poduzetnika. Za potrebe ovog istraživanja obuhvaćen je Konzum plus kao poduzetnik koji djeluje na promatranom tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Ostali poduzetnici Fortenova grupe koji posluju u distribuciji ili trgovini na veliko nisu uključeni jer ne djeluju na promatranom maloprodajnom tržištu.

Konzum plus imao je 630 prodajnih mjesta s ukupno nešto manje od 320 tisuća kvadratnih metara neto prodajne površine, šest prodajnih mjesta manje nego u 2024. godini.

Najveći dio Konzumovih prihoda na promatranom tržištu ostvaren je u supermarketima, nešto manje od 50 posto. Prema broju prodajnih mjesta najveći udio imale su samoposluge, kojih je bilo 333, odnosno 53 posto ukupne mreže.

NTL grupacija

Narodni trgovački lanac (NTL) oblik je ugovornog udruživanja trgovaca radi zajedničke nabave i drugih oblika zajedničkog tržišnog nastupa. Osnivači društva NTL d.o.o. su Bakmaz, Boso, Gavranović i Trgovina Krk, od kojih svaki ima jednak poslovni udio. Od 1. siječnja 2025. Prehrana Trgovina i NewMip sudjelovali su u NTL-ovu sustavu zajedničke nabave kao pridružene članice. Oba su poduzetnika prethodno bila povezana s grupacijom Ultragros.

Prehrana Trgovina pripojena je Trgovini Krk 1. listopada 2025., dok je NewMip pripojen istom društvu 18. lipnja 2026. godine.

Uz osnivače NTL-a, u sustavu zajedničke nabave na temelju ugovornog odnosa sudjelovali su i Robin, Dergez, NewMip i Prehrana Trgovina. Ti su poduzetnici imali mogućnost prodaje proizvoda robne marke NTL i korištenja odgovarajućih žigova, iako nisu svi imali vlasničke udjele u društvu NTL d.o.o.

NTL grupacija ostvarila je u 2025. godini dvoznamenkastu stopu rasta prihoda i povećanje zbirnog tržišnog udjela. Povećanju zbirnih pokazatelja pridonijelo je uključivanje Prehrane Trgovina i NewMipa u sustav NTL-a. Unatoč povećanju, zbirni tržišni udio NTL grupacije i dalje se nalazio u rasponu od [5-10] posto.

Poduzetnici obuhvaćeni zbirnim pokazateljima NTL grupacije imali su ukupno 1.793 prodajna mjesta, 432 više nego u 2024. godini.

Ultragros grupacija

Ultragros je prema broju članica bio najbrojnija promatrana trgovačka grupacija. U 2025. godini imao je 19 članica, od kojih je 17 djelovalo na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Te su članice zajedno imale 576 prodajnih mjesta, 440 manje nego u 2024. godini.

Smanjenje broja prodajnih mjesta najvećim se dijelom odnosilo na izlazak Prehrane Trgovina i NewMipa iz grupacije 18. svibnja 2025., dok su pojedine druge članice također zabilježile smanjenje prodajne mreže.

Od 19 članica Ultragrosa pet ih nije imalo vlasnički udio u društvu Ultragros d.o.o., nego su sudjelovale kao pridružene članice: Lorenzo, Mali Palit, Patričar, Aska i Bure. Bure je djelovao

isključivo u veleprodaji, dok društvo Ultragros d.o.o. nije neposredno ostvarivalo prihode na promatranom maloprodajnom tržištu.

Zbirni prihodi i tržišni udio Ultragros grupacije smanjeni su u odnosu na 2024. godinu. Na promjenu je pretežno utjecao izlazak Prehrane Trgovina i NewMipa iz članstva, zbog čega podaci za 2025. nisu izravno usporedivi s prethodnom godinom bez uzimanja u obzir promjene obuhvata grupacije.

Zbirni tržišni udio Ultragros grupacije u 2025. godini bio je manji od pet posto, dok se u prethodnoj 2024. godini bilježio tržišni udio od [5-10] posto.

Smanjenje obuhvata Ultragros grupacije nastavak je višegodišnjih promjena u članstvu. Tijekom 2024. iz grupacije su izašli Decentia, La-Vor Trade i TP Varaždin, tijekom 2023. Strahinjčica, a tijekom 2022. Duravit, Pema i Lonia Trgovina. Maloprodajno poslovanje većine tih poduzetnika naknadno su preuzeli drugi trgovci.

U posljednje tri godine Ultragros grupaciji pristupile su Aska iz Đakova i Djelo Vodice, oba u 2023. godini.

Supermarketi i dalje dominantan format prodajnih mjesta

U 2025. godini najveći prihodi ostvareni su u supermarketima, nešto više od 4,7 milijardi eura, što je 334,4 milijuna eura, odnosno 7,6 posto više nego u 2024. godini.

Slijede hipermarketi s prihodima od 1,75 milijardi eura, samoposluge s 1,7 milijardi eura te male prodavaonice sa 748,4 milijuna eura. Prihodi su u hipermarketima porasli za 5,5 posto, u samoposlugama za 4,8 posto, a u malim prodavaonicama za 2,4 posto.

Poredak formata prema ostvarenim prihodima ostao je nepromijenjen u odnosu na 2024. godinu.

Najveći nominalni rast prihoda ostvaren je u supermarketima, a slijede hipermarketi, samoposluge i male prodavaonice.

Supermarketi su u 2025. godini ostvarili i najvišu stopu rasta prihoda među promatranim formatima, 7,6 posto.

U tablici 6. prikazani su podaci o prihodima prema formatima prodajnih mjesta od 2022. do 2025. godine.

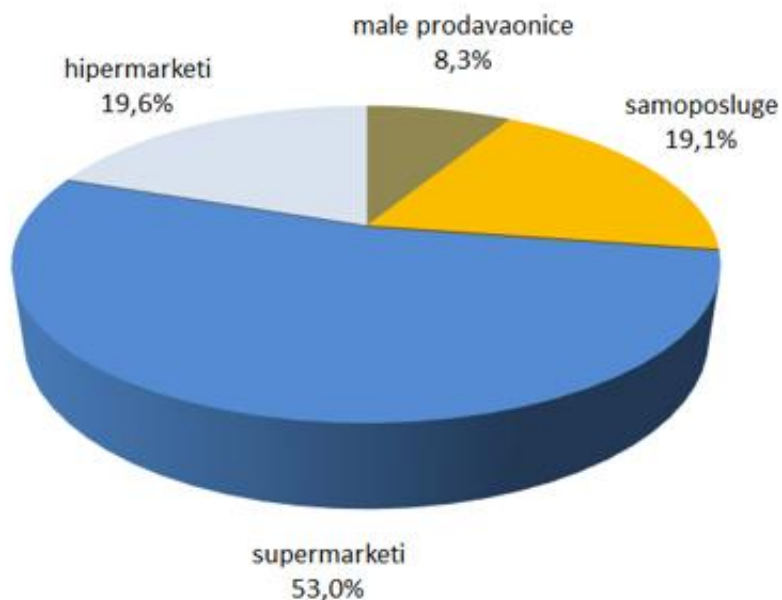
Tablica 6. Prihodi na tržištu trgovine na malo mješovitom robom prema formatima prodajnih mjesta od 2022. do 2025. godine

Tip prodajnog mjesta	2022.	2023.	2024.	2025.	Indeks 2025./2024.
	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	
male prodavaonice	547.320.374	649.592.002	731.220.118	748.413.490	102,4
samoposluge	1.324.126.760	1.516.289.086	1.624.490.555	1.703.202.600	104,8
supermarketi	3.426.829.921	4.007.876.874	4.397.561.295	4.731.933.991	107,6
hipermarketi	1.361.629.075	1.558.084.678	1.657.594.782	1.748.884.848	105,5
Ukupno:	6.659.906.130	7.731.842.641	8.410.866.750	8.932.434.929	106,2

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

Na slici 7. prikazana je struktura prihoda prema formatima prodajnih mjesta u 2025. godini.

Slika 7. Struktura prihoda prema formatima prodajnih mjesta u 2025. godini



Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

Supermarketi su bili dominantan format prema prihodima i neto prodajnoj površini. U njima je ostvareno 53 posto ukupnih prihoda, a činili su 50,5 posto ukupne neto prodajne površine.

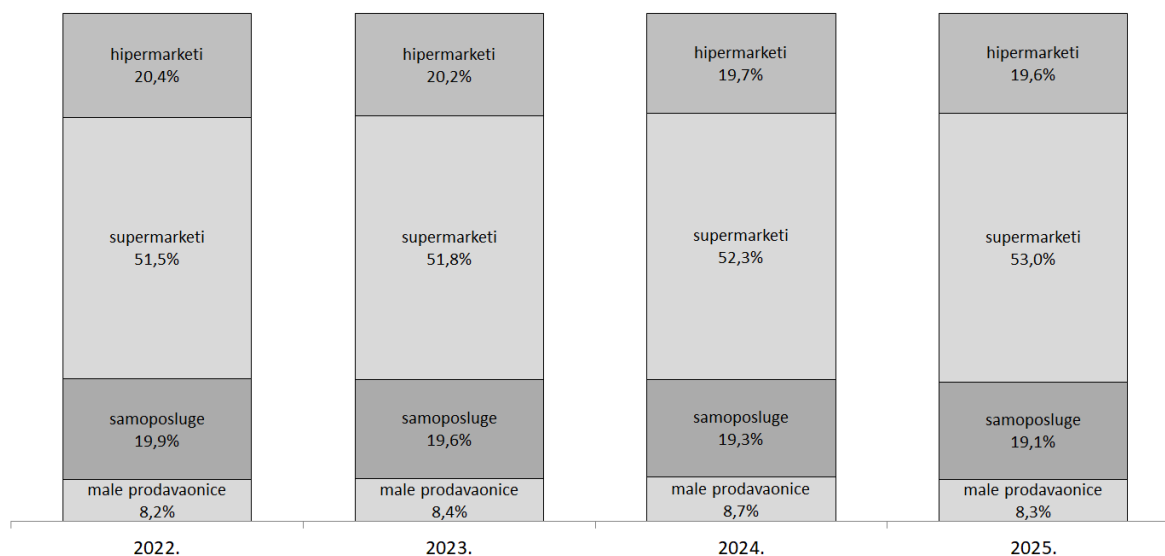
Prodajna mjesta velikog formata, odnosno supermarketi i hipermarketi, zajedno su ostvarila 72,6 posto ukupnih prihoda, u usporedbi sa 72 posto u 2024. godini.

Udio supermarketa u ukupnim prihodima povećan je s 52,3 na 53 posto. Udio hipermarketa smanjen je s 19,7 na 19,6 posto, samoposluga s 19,3 na 19,1 posto, a malih prodavaonica s 8,7 na 8,3 posto.

U razdoblju od 2022. do 2025. godine udio supermarketa u ukupnim prihodima povećan je s 51,5 na 53 posto. Istodobno je udio samoposluga smanjen s 19,9 na 19,1 posto, a hipermarketa s 20,4 na 19,6 posto. Udio malih prodavaonica povećavao se do 2024. godine, kada je iznosio 8,7 posto, a u 2025. smanjen je na 8,3 posto.

Na slici 8. prikazano je kretanje udjela pojedinih formata prodajnih mjesta u ukupnim prihodima na tržištu trgovine na malo mješovitom robom od 2022. do 2025. godine.

Slika 8. Struktura prihoda na tržištu trgovine na malo mješovitom robom prema formatima prodajnih mjesta od 2022. do 2025. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo mješovitom robom AZTN-a za razdoblje 2022.-2025.; obrada: AZTN.

Struktura prihoda prema formatima prodajnih mjesta u razdoblju od 2022. do 2025. godine ostala je razmjerno stabilna, uz postupno povećanje udjela supermarketa i blago smanjenje udjela samoposluga i hipermarketa. Udio samoposluga smanjen je s 19,9 posto u 2022. na 19,1 posto u 2025. godini, dok je udio hipermarketa u istom razdoblju smanjen s 20,4 na 19,6 posto. Kod oba formata smanjenje je iznosilo 0,8 postotnih bodova.

Udio supermarketa povećan je s 51,5 posto u 2022. na 53 posto u 2025. godini, odnosno za 1,5 postotnih bodova. Najveće godišnje povećanje zabilježeno je u 2025. godini, kada je njihov udio porastao za 0,7 postotnih bodova u odnosu na 2024. godinu. Udio malih prodavaonica povećavao se s 8,2 posto u 2022. na 8,7 posto u 2024. godini, nakon čega je u 2025. smanjen na 8,3 posto. U odnosu na početak promatranog razdoblja njihov je udio ipak bio veći za 0,1 postotni bod.

Analiza ne obuhvaća trgovce koji djelatnost obavljaju prema propisima o obrtu niti prodajna mjesta u kojima prodaja hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo nije pretežita djelatnost, poput benzinskih postaja, kioska i drogerija.

Budući da trgovci obrtnici pretežno posluju u prodajnim mjestima malog formata, njihovo bi uključivanje vjerojatno povećalo udio malih prodavaonica i samoposluga. Razmjer tog učinka nije moguće utvrditi na temelju podataka obuhvaćenih istraživanjem.

Broj prodajnih mjesta

U 2025. godini trgovci iz uzorka imali su ukupno 5.347 prodajnih mjesta, 81 prodajno mjesto više nego u 2024. godini. Broj prodajnih mjesta povećan je za 1,5 posto. Rast broja prodajnih mjesta bio je niži nego prethodne godine, kada je broj prodajnih mjesta povećan za 126, odnosno 2,5 posto.

Broj samoposluga povećan je s 2.175 u 2024. na 2.225 u 2025. godini, odnosno za 50 prodajnih mjesta ili 2,3 posto. Time je prekinuto blago smanjenje njihova broja zabilježeno u prethodnoj godini.

Broj supermarketa povećan je za 29, na ukupno 867, odnosno za 3,5 posto.

Broj hipermarketa povećan je za dva, na ukupno 155, odnosno za 1,3 posto.

Broj malih prodavaonica ostao je nepromijenjen te ih je i u 2024. i u 2025. godini bilo 2.100.

U tablici 7. prikazani su podaci o broju prodajnih mjesta prema formatima od 2022. do 2025. godine.

Tablica 7. Broj prodajnih mjesta trgovaca iz uzorka prema formatima od 2022. do 2025. godine

Tip prodajnog mjesta	2022.	2023.	2024.	2025.	Indeks 2025./2024.
male prodavaonice	1.956	1.985	2.100	2.100	100,0
samoposluge	2.106	2.182	2.175	2.225	102,3
supermarketi	785	824	838	867	103,5
hipermarketi	149	149	153	155	101,3
Ukupno:	4.996	5.140	5.266	5.347	101,5

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

U 2025. godini samoposluge su činile 41,6 posto ukupnog broja prodajnih mjesta, male prodavaonice 39,3 posto, supermarketi 16,2 posto, a hipermarketi 2,9 posto. U odnosu na 2024. godinu struktura se tek neznatno promijenila.

Ukupna neto prodajna površina

Ukupna neto prodajna površina trgovaca iz uzorka u 2025. godini iznosila je približno 1,67 milijuna kvadratnih metara, odnosno oko 38 tisuća kvadratnih metara ili 2,3 posto više nego u 2024. godini.

Rast neto prodajne površine bio je neznatno viši nego prethodne godine, kada je površina povećana za približno 34,6 tisuća kvadratnih metara, odnosno 2,2 posto.

Supermarketi su činili najveći dio ukupne neto prodajne površine, nešto više od 842 tisuće kvadratnih metara, odnosno 50,5 posto. Njihov se udio povećao za 0,9 postotnih bodova u odnosu na 2024. godinu.

Samoposluge su u 2025. godini prema neto prodajnoj površini zauzele drugo mjesto, ispred hipermarketa. Raspolagale su s nešto više od 353 tisuće kvadratnih metara, odnosno 21,2 posto ukupne neto prodajne površine.

Neto prodajna površina hipermarketa iznosila je približno 343 tisuće kvadratnih metara, odnosno 20,5 posto ukupne površine. Na male prodavaonice odnosio se najmanji dio neto prodajne površine, nešto više od 130 tisuća kvadratnih metara, odnosno 7,8 posto.

U tablici 8. prikazani su podaci o neto prodajnoj površini prema formatima prodajnih mjesta u razdoblju od 2022. do 2025. godine.

Tablica 8. Neto prodajna površina trgovaca iz uzorka prema formatima prodajnih mjesta od 2022. do 2025. godine

Tip prodajnog mjesta	2022.	2023.	2024.	2025.	Indeks 2025./2024.
	<i>u m2</i>	<i>u m2</i>	<i>u m2</i>	<i>u m2</i>	
male prodavaonice	117.990	120.371	129.524	130.308	100,6
samoposluge	337.018	347.296	345.323	353.231	102,3
supermarketi	742.416	783.442	808.390	842.467	104,2
hipermarketi	339.864	345.228	347.736	342.990	98,6
Ukupno:	1.537.288	1.596.337	1.630.973	1.668.996	102,3

Izvor: podaci poduzetnika; obrada: AZTN.

Neto prodajna površina supermarketa povećana je za nešto više od 34 tisuće kvadratnih metara, odnosno 4,2 posto. Površina samoposluga povećana je za približno 7,9 tisuća kvadratnih metara, odnosno 2,3 posto, a površina malih prodavaonica za 785 kvadratnih metara, odnosno 0,6 posto.

Hipermarketi su bili jedini format kod kojeg je zabilježeno smanjenje neto prodajne površine. Njihova površina smanjena je za približno 4,8 tisuća kvadratnih metara, odnosno 1,4 posto. Istodobno je broj hipermarketa povećan za dva, unatoč smanjenju njihove ukupne neto prodajne površine.

Kod supermarketa prihodi su porasli za 7,6 posto, što je više od rasta neto prodajne površine od 4,2 posto i rasta broja prodajnih mjesta od 3,5 posto.

Kod samoposluga prihodi su porasli za 4,8 posto, dok su broj prodajnih mjesta i neto prodajna površina povećani za po 2,3 posto.

Prihodi hipermarketa povećani su za 5,5 posto, a njihov broj za 1,3 posto, dok je neto prodajna površina smanjena za 1,4 posto.

Kod malih prodavaonica prihodi su povećani za 2,4 posto, a neto prodajna površina za 0,6 posto, dok je broj prodajnih mjesta ostao nepromijenjen.

Kod svih formata stopa rasta nominalnih prihoda bila je viša od stope rasta neto prodajne površine i broja prodajnih mjesta. Pri tumačenju tog odnosa treba uzeti u obzir da je riječ o nominalnim prihodima, na koje utječu i promjene cijena.

Online prodaja

Prema rezultatima istraživanja, online prodaja i dalje čini malen dio ukupnih prihoda na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. U 2025. godini sedam trgovaca iz uzorka ostvarivalo je prihode od online prodaje putem vlastite platforme. Među njima su dva od deset vodećih trgovaca prema prihodima u 2025. godini.

Na Konzum plus odnosio se pretežiti dio prihoda od online prodaje putem vlastite platforme. Kretanje prihoda od online prodaje razlikovalo se među trgovcima, pri čemu su tri trgovca zabilježila manje prihode nego u 2024. godini.

U odnosu na 2024. godinu nijedan novi trgovac nije započeo prodaju putem vlastite online platforme. Pojedini trgovci istodobno surađuju s platformama za naručivanje i dostavu, poput

Wolta i Glova. Prihodi ostvareni tim putem razlikuju se od prihoda od prodaje putem vlastitih online platformi trgovaca. Prodaja ostvarena putem tih platformi nije obuhvaćena prikazanim podacima o prodaji putem vlastitih online platformi trgovaca.

Programi vjernosti

U 2025. godini programe vjernosti primjenjivalo je 16 trgovaca iz uzorka, dva više nego u 2024. godini. Među njima je bilo osam od deset vodećih trgovaca prema prihodima. Novi programi vjernosti uvedeni su kod Spara i Plodina.

Spar i Plodine svoje programe vjernosti provode isključivo putem mobilnih aplikacija, koje funkcioniraju kao digitalne kartice vjernosti i omogućuju korištenje popusta i drugih pogodnosti.

Najveći broj korisnika programa vjernosti imao je Lidl, koji je ujedno zabilježio izraženiji rast broja korisnika. Slijede Konzum plus, Kaufland, Studenac, Spar, Plodine i KTC.

Među regionalnim trgovcima veći broj korisnika programa vjernosti imali su Boso, Robin i Dergez, koji sudjeluju u NTL grupaciji.

Jadranka Trgovina provodi program vjernosti Hatch! putem fizičke kartice i mobilne aplikacije, u suradnji s društvom Login d.o.o.

Pokazatelji prosječnih bruto trgovačkih marži

Kao i u istraživanjima za razdoblje od 2021. do 2024. godine, AZTN je za 2025. godinu prikupio i analizirao podatke o prosječnim bruto trgovačkim maržama za osam kategorija proizvoda. 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.).

Pokazatelji u ovom dijelu temelje se na podacima koje su za potrebe istraživanja dostavili obuhvaćeni poduzetnici. Riječ je o prosječnim pokazateljima bruto trgovačkih marži za pojedine kategorije proizvoda. Stoga se prikazani pokazatelji ne odnose na svaki pojedini proizvod.

Bruto trgovačka marža nije pokazatelj neto dobiti ili ukupne profitabilnosti trgovca. Iz bruto marže financiraju se troškovi poslovanja, uključujući troškove rada, energije, logistike, zakupa, amortizacije, financiranja i druge operative troškove. Promjene prosječne bruto trgovačke marže stoga se same po sebi ne mogu tumačiti kao promjene dobiti trgovaca, a prikazani podaci ne omogućuju zaključivanje o uzrocima promjena maloprodajnih cijena.

Na temelju podataka koje su poduzetnici dostavili za 2025. godinu, prosječni pokazatelji bruto trgovačkih marži po promatranim kategorijama iznosili su:

- meso i mesne prerađevine: 23,6 posto,
- meso peradi i jaja: 22,7 posto,
- pekarski proizvodi (kruh, peciva): 37,6 posto,
- mlijeko i mliječni proizvodi: 20,9 posto,
- svježe voće i povrće: 28,3 posto,
- bezalkoholna pića i voda: 26,6 posto,

- konditorski proizvodi (keksi, čokolade, bomboni i dr.): 31,4 posto,
- osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.): 25,3 posto.

Rezultati istraživanja pokazuju da su u 2025. godini najviši prosječni pokazatelji bruto trgovačkih marži zabilježeni u kategorijama pekarskih i konditorskih proizvoda, a zatim u kategoriji svježeg voća i povrća, jednako kao i u 2024. godini.

Usporedba prosječnih bruto trgovačkih marži u 2025. godini s pokazateljima za 2024. godinu pokazuje da je u sedam od osam promatranih kategorija zabilježeno smanjenje prosječne bruto trgovačke marže. Riječ je o kategorijama mesa i mesnih prerađevina, mesa peradi i jaja, pekarskih proizvoda, mlijeka i mliječnih proizvoda, svježeg voća i povrća, konditorskih proizvoda te osnovnih prehrambenih proizvoda. Neznatno povećanje zabilježeno je jedino u kategoriji bezalkoholnih pića i vode.

Smanjenje prosječnog pokazatelja bruto trgovačke marže kretalo se od 0,3 postotna boda kod pekarskih proizvoda do 1,9 postotnih bodova kod osnovnih prehrambenih proizvoda. Po pojedinim kategorijama zabilježene su sljedeće promjene:

- osnovni prehrambeni proizvodi: smanjenje za 1,9 postotnih bodova
- svježe voće i povrće: smanjenje za 1,5 postotnih bodova
- konditorski proizvodi: smanjenje za 0,8 postotnih bodova
- meso peradi i jaja: smanjenje za 0,8 postotnih bodova
- meso i mesne prerađevine: smanjenje za 0,8 postotnih bodova
- mlijeko i mliječni proizvodi: smanjenje za 0,5 postotnih bodova
- pekarski proizvodi: smanjenje za 0,3 postotna boda.

U kategoriji bezalkoholnih pića i vode zabilježeno je neznatno povećanje prosječnog pokazatelja bruto trgovačke marže, i to za 0,3 postotna boda.

Radi usporedbe, rezultati istraživanja za 2024. godinu pokazali su neznatno povećanje prosječnih bruto trgovačkih marži u šest kategorija: meso i mesne prerađevine, pekarski proizvodi, mlijeko i mliječni proizvodi, bezalkoholna pića i voda, konditorski proizvodi te osnovni prehrambeni proizvodi. Neznatno smanjenje tada je bilo zabilježeno u kategorijama mesa peradi i jaja te svježeg voća i povrća u odnosu na 2023. godinu.

Pri tumačenju navedenih pokazatelja potrebno je uzeti u obzir da je dio proizvoda obuhvaćenih promatranim kategorijama tijekom 2025. godine bio obuhvaćen mjerama izravne kontrole cijena.

Odluka o izravnim mjerama kontrole cijena određenih proizvoda u trgovini na malo („Narodne novine“, br. 107/23.), koja je stupila na snagu 18. rujna 2023., bila je na snazi do 6. veljače 2025. godine. Tom je Odlukom bilo obuhvaćeno 30 proizvoda, među kojima su se, uz prehrambene, nalazili i pojedini neprehrambeni proizvodi.

Od 7. veljače 2025. godine na snazi je bila Odluka o izravnim mjerama kontrole cijena određenih proizvoda i određenih kategorija proizvoda u trgovini na malo („Narodne novine“, br. 17/25.), kojom su najviše cijene bile određene za 30 proizvoda i 40 kategorija proizvoda.

Dana 1. prosinca 2025. godine stupila je na snagu Odluka o određivanju najviših cijena određenih proizvoda i određenih kategorija proizvoda kao mjera izravne kontrole cijena u trgovini na malo („Narodne novine“, br. 142/25.). Njome su najviše maloprodajne cijene određene za 29 proizvoda, od kojih pet neprehrambenih, te za 71 kategoriju proizvoda, od kojih šest neprehrambenih.

Za UHT mlijeko s 2,8 posto mliječne masti i nadalje je bio propisan najviši iznos marže trgovca od 10 posto, obračunan na neto fakturnu cijenu umanjenu za sve rabate i vanfaktorne popuste.

Navedeni regulatorni okvir treba uzeti u obzir pri usporedbi prosječnih pokazatelja bruto trgovačkih marži između pojedinih godina i kategorija proizvoda.

Prikazani pokazatelji temelje se na podacima koje su za potrebe istraživanja dostavili obuhvaćeni poduzetnici i predstavljaju prosječne vrijednosti na razini uzorka i promatranih kategorija proizvoda. Ne odnose se na maržu pojedinog proizvoda te se na temelju njih samostalno ne mogu izvoditi zaključci o ukupnoj profitabilnosti trgovaca niti o uzrocima promjena maloprodajnih cijena.

Vlasničke promjene u 2025. godini

U 2025. godini zabilježena je jedna unutargrupna statusna promjena i jedno preuzimanje manjeg lokalnog trgovca. Za razliku od pojedinih prethodnih godina, nije bilo preuzimanja većeg broja prodajnih mjesta ni trgovaca sa značajnijom prisutnošću na promatranom tržištu.

Prema javno dostupnim podacima sudskog registra, tijekom 2025. godine provedeno je pripajanje društva Prehrana Trgovina d.d. društvu Trgovina Krk d.d. kao unutargrupna statusna promjena u okviru Grupacije Čakovečki mlinovi. Prehrana Trgovina zasebno je iskazivala prihode do 30. rujna 2025. godine, nakon čega je njezino poslovanje obuhvaćeno podacima Trgovine Krk.

Boso je u prosincu 2025. preuzeo društvo Tina trgovina Sibinj d.o.o., lokalnog trgovca koji je imao šest prodajnih mjesta na području Brodsko-posavske županije.

Osim vlasničkih i statusnih promjena, pojedini su trgovci širili prodajne mreže uzimanjem u zakup prodajnih mjesta drugih pravnih ili fizičkih osoba. NewMip je na taj način u svoju prodajnu mrežu uključio četiri, a Slavonija-Bošković pet prodajnih mjesta.

Prema podacima prikupljenima istraživanjem, Studenac u 2025. godini nije proveo novo preuzimanje na promatranom tržištu.

Neovisno o izostanku novih preuzimanja, Studenac je u 2025. godini povećao prodajnu mrežu za 76 prodajnih mjesta. Prema podacima koje je dostavio poduzetnik, povećanje se pretežno odnosilo na prodajna mjesta uzeta u zakup od drugih pravnih ili fizičkih osoba. Najveći broj tih prodajnih mjesta nalazio se u Gradu Zagrebu te Splitsko-dalmatinskoj, Zagrebačkoj i Zadarskoj županiji. U Petrčanima u Zadarskoj županiji otvoren je i novoizgrađeni supermarket.

Tijekom provedbe istraživanja 18. lipnja 2026. godine NewMip je pripojen Trgovini Krk. Riječ je o daljnjoj statusnoj promjeni unutar Grupacije Čakovečki mlinovi. Budući da je pripajanje provedeno nakon završetka promatrane 2025. godine, njegovi će učinci biti obuhvaćeni istraživanjem za 2026. godinu.