

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Zagreb, srpanj 2024.

## Istraživanje tržišta tiska za 2023.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) provela je redovito istraživanje tržišta tiska u Republici Hrvatskoj (dalje u tekstu: RH) u 2023. godini, s ciljem utvrđivanja tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na tom tržištu, kako bi raspolagala bazom podataka s naglaskom na strukturi tog tržišta. Istraživanjem je obuhvaćeno 30 poduzetnika, novinskih nakladnika i distributera tiska, iz Upisnika o izdavanju i distribuciji tiska koji vodi Hrvatska gospodarska komora prema Zakonu o medijima.

Istraživanjem su obuhvaćena mjerodavna tržišta naklade općeinformativnih dnevnika i tjednika, tržišta oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima i tjednicima te tržišta trgovine tiskom na području RH.

U promatranoj 2023. godini dva su nakladnika manje u odnosu na 2022. godinu, Glas Istre Novine d.o.o. koji je do kraja lipnja 2023. bio nakladnik općeinformativnog dnevnika „Glas Istre“, a od srpnja 2023. nakladu istog preuzeo je Novi list d.d., te Informativni centar Virovitica d.o.o., koji je bio nakladnik općeinformativnog dvotjednika „Virovitički list“. Od početka 2023. godine navedena tiskovina se ne prodaje, već se dijeli besplatno.

Također, u promatranoj 2023. godini ne bilježi se niti jedan novi nakladnik općeinformativnog dnevnika i/ili tjednika u uzorku AZTN-a. Ovdje se navodi kako je 1. prosinca 2023. godine AZTN donijela Rješenje o odbacivanju prijave namjere provedbe koncentracije poduzetnika u predmetu Media Solutions d.o.o., Osijek i Novi List d.d., Rijeka, budući da je utvrdila kako nisu ispunjeni uvjeti za pokretanje postupka ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika u smislu odredbe članka 17. stavka 1. ZZTN-a. Navedena koncentracija posredno se odnosi i na poduzetnika Glas Istre Novine d.o.o. Poduzetnik Media Solutions d.o.o. je navedenom transakcijom postao imatelj većinskog udjela u Novom listu d.d. koji je prethodno držao Joj Media House a.s. iz Republike Slovačke.

Tržišni udjeli poduzetnika na mjerodavnim tržištima utvrđeni su na temelju prodanih naklada izraženih u primjercima tiskovina, odnosno prihoda koji su poduzetnici ostvarili na tržištu oglašavanja te 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 se, kod određivanja mjerodavnog tržišta, u pravilu utvrđuje i tržište oglašavanja te je isto obuhvaćeno ovim istraživanjem.

AZTN u nastavku daje prikaz rezultata istraživanja, uz napomenu kako se tržišni udjeli poduzetnika navode u rasponima jer isti sadrže poslovnu tajnu poduzetnika sukladno članku 53. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: ZZTN). Podaci koji predstavljaju poslovnu tajnu izuzeti su od objavljivanja.

## Pravni okvir

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

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

S obzirom na tako definirano mjerodavno tržište, u strukturu tržišnih udjela uključuju se i tržišni udjeli stranog tiska prodanog u Republici Hrvatskoj.

Tržišni udjeli poduzetnika na mjerodavnim tržištima utvrđeni su na temelju prodanih naklada izraženih u primjercima tiskovina, odnosno prihoda koji su poduzetnici ostvarili na tržištu oglašavanja, trgovinom na veliko tiskom i tržištu trgovine na malo tiskom.

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

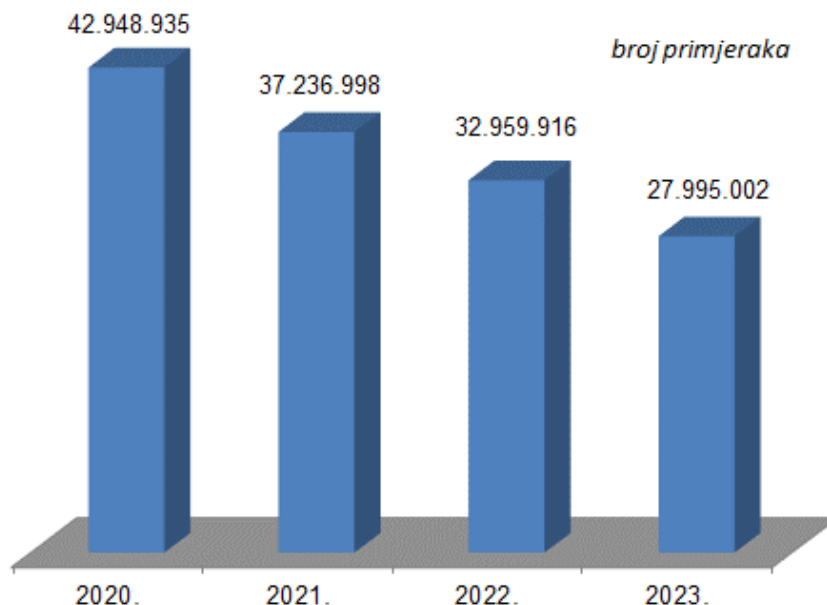
1. tržište prodane naklade općeinformativnih dnevnika,
2. tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika,
3. tržište oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima,
4. tržište oglašavanja u općeinformativnim tjednicima,
5. tržište trgovine na veliko tiskom i
6. tržište trgovine na malo tiskom.

U zemljopisnom smislu, predmetno istraživanje obuhvaća cjelokupni teritorij Republike Hrvatske.

## Tržište prodane naklade općeinformativnih dnevnika

U 2023. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila je nešto manje od 28 milijuna komada. Navedena naklada je smanjena za 15 posto u odnosu na prethodnu 2022. godinu kada je iznosila 33 milijuna prodanih primjeraka.

Slika 1. Ukupna prodana naklada općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2023. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Pad prodane naklade u promatranoj 2023. u odnosu na 2022. koji iznosi 15 posto je jače izražen nego u 2022. u odnosu na 2021. kada se bilježio pad u iznosu od 11 posto. U usporedbi s prethodnom 2022. godinom (33 milijuna prodanih primjeraka), prodana naklada u promatranoj 2023. godini smanjena je za 5 milijuna primjeraka što nominalno predstavlja jače izražen pad prodane naklade svih općeinformativnih dnevnika u odnosu na prethodno istraživanje za 2022. kada se bilježio pad od 4,2 milijuna primjeraka.

Svi općeinformativni dnevnik bilježe pad prodane naklade u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu, isto kao u istraživanju za 2022. godinu u odnosu na 2021. Ujedno se ne bilježe promjene na pojedinoj poziciji pojedinih općeinformativna dnevnika prema ostvarenom tržišnom udjelu.

Temeljem prikaza sa slike 1. proizlazi zaključak o kontinuiranom padu prodane naklade općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2023. godine pri čemu je prodana naklada s početka promatranog četverogodišnjeg razdoblja (43 milijuna prodanih primjeraka u 2020. godini) pala na nešto manje od 28 milijuna komada u 2023. godini, odnosno za 15 milijuna primjeraka. Također promatrano kroz razdoblje 2020. do 2023. godine zaključuje se o trendu kontinuiranog pada naklade dnevnika, koje je najjače bilo izraženo u 2021. godinu u odnosu na 2020.

Najveću prodanu nakladu u 2023. 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 2022. godinu. Istovremeno se bilježi blagi pad tržišnog udjela „24 sata“.

Slijedi na drugoj poziciji „Večernji list“ (također Styria Grupa), s ostvarenim tržišnim udjelom od [20 - 30] posto koji ujedno bilježi stagnaciju tržišnog udjela, usprkos padu prodane naklade koji je nešto jače izražen nego u prethodnom istraživanju za 2022.

Treći po prodanoj nakladi je „Jutarnji list“ (Hanza Media Grupa) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i blagim padom tržišnog udjela, uz pad prodane naklade u odnosu na prethodnu 2022. godinu. Pad prodane naklade „Jutarnjeg lista“ blaže je izražen nego godinu prije.

Značajan iznos prodane naklade u 2023. godini ostvarili su još nakladnici dnevnika „Slobodna Dalmacija“ (Hanza Media) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i koji bilježi blagi rast tržišnog udjela i „Novi list“ (Glas Istre Grupacija) s tržišnim udjelom od [5 - 10] posto, čiji tržišni udjeli bilježi blagi pad u odnosu na 2022. godinu. Oba dnevnika regionalnog su karaktera i bilježe pad prodaje u promatranj 2023. godini u odnosu na 2022. iskazano brojem prodanih primjeraka. Preostala četiri nakladnika („Glas Istre“, „Glas Slavonije“, „Zadarski list“, „La Voce del Popolo“) bilježe tržišni udio do 5 posto, isto kao u prethodnoj 2022. godini i koji su regionalnog i lokalnog karaktera.

Promatrano prema vlasničkim grupama, na tržištu dnevnika u promatranj 2023. godini najveći udio od [50 - 60] posto ima Styria AG („24 sata“ i „Večernji list“), uz blagi pad tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2022. godinu. Ujedno se bilježi nastavak negativnog trenda tržišnog udjela „24sata“ promatrano kroz tržišni udio u promatranj 2023. godini, dok druga članica Styria Grupe, „Večernji list“ bilježi stagnaciju tržišnog udjela, odnosno tržišni udio navedenog dnevnika ostao je nepromijenjen u promatranj 2023. godini.

Druga je Hanza Media Grupa („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) s udjelom od [30 - 40] posto koja bilježi nastavak blagog pada zajedničkog tržišnog udjela.

Treća je Grupacija Glas Istre („Novi list“, „Glas Istre“ i „Zadarski list“) ostvarila je zbirni tržišni udio od [10 - 20] posto i bilježi se suprotan trend blagog rasta zajedničkog tržišnog udjela.

Podaci o stranim općeinformativnim dnevnicima dobiveni su od jedinog nacionalnog distributera TISAK plus d.o.o. te poduzetnika Inovine d.d., Zagreb. Na TISAK plus d.o.o. odnosi se najveći udio broja primjeraka stranih općeinformativnih dnevnika odnosno od 86 posto.

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 promatranj 2023. godini (CR<sub>4</sub>) iznosi 83,7, dok je u 2022. isti pokazatelj iznosio 84 temeljem obrađenih podataka te iz navedenog proizlazi zaključak da je koncentriranost tržišta u 2023. neznatno smanjena u odnosu na 2022. godinu. Kada se promatra pokazatelj CR<sub>2</sub> za dva najprodavanija općeinformativna dnevnika („24sata“ i „Večernji list“, članice Styria Grupe), isti u 2023. iznosi 53, dok je u 2022. godini isti pokazatelj iznosio 53,2 i taj pokazatelj također bilježi trend blagog smanjenja u odnosu na 2022. godinu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj u 2023. godini iznosio je 2.048 bodova. Drugim riječima, i HHI potvrđuje zaključak o umjereno koncentriranom tržištu. Usporedbom s 2022. u kojoj je HHI iznosio 2.071 bodova, zaključuje se o blagom smanjenju koncentriranosti tržišta općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj.

### **Tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika**

U 2023. godini prodano je ukupno 1,7 milijuna primjeraka općeinformativnih tjednika. Usporedbom s 2022. godinom u kojoj je prodano 1,9 milijuna primjeraka, prodana naklada tjednika u promatranoj 2023. godini bilježi pad od osam posto. Godinu dana prije (2022. godina u odnosu na 2021.) pad iznosio 15 posto te je pad slabije izražen.

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

Većina tjednika bilježi pad prodane naklade u 2023. u odnosu na 2022. godinu, uz iznimku šest tjednika koji bilježe trend rasta prodane naklade, a to su „Hrvatski tjednik“, „Nacional“, „Jednota“, „Zadarski tjednik“, „Novi Sisački tjednik“ i „7dnevno“ .

Ujedno tjednici „Hrvatski tjednik“, „7dnevno“ i „Nacional“ bilježe značajniji tržišni udio u ovom segmentu u 2023. godini, dok „Zadarski tjednik“ i „Novi Sisački tjednik“ i „Jednota“ bilježe niže tržišne udjele.

Bilježi se jedna bitna promjene promatrajući prva tri općeinformativna tjednika prema ostvarenom tržišnom udjelu u 2023. godini.

Najprodavaniji općeinformativni tjednik u 2023. godini je „Hrvatski tjednik“, novinskog nakladnika Tempus 22 d.o.o. po prvi put od kada AZTN prati stanje na predmetnom tržištu. Drugi po prodanoj nakladi u 2023. godini je općeinformativni tjednik „7Dnevno“, novinskog nakladnika Singar d.o.o. Treći po prodanoj nakladi je raniji tržišni lider prethodne tri godine (2020., 2021. i 2022. godina) u ovom segmentu tržišta, tjednik „Međimurje“ u nakladi poduzetnika List Međimurje d.o.o.

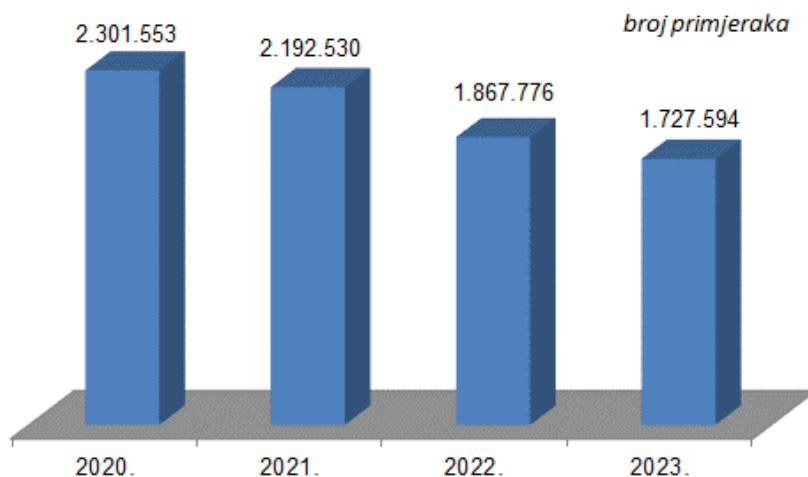
Prva tri navedena općeinformativna tjednika u promatranoj 2023. godini bilježe tržišni udio od [10 – 20] posto, isto kao u prethodnoj 2022. godini, uz blagi rast tržišnog udjela „Hrvatskog tjednika“ i „7dnevno“.

Četvrti i peti su tjednici koji imaju nacionalnu dimenziju, tjednik „Nacional“ u izdanju Nacional News Corporation d.o.o. i „24sata Express“ (Styria Grupa) s tržišnim udjelom od [5 – 10] posto, isto kao u prethodnoj 2022. godini.

Dvotjednik „Globus“ u izdanju Hanza Media d.o.o. je na osmoj 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 do 10 posto na tržištu prodane naklade tjednika.

Treba istaknuti kako, uz Hanza Media Grupu i Styria Grupu, 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., Koprivnica, koji je nakladnik općeinformativnog tjednika Glas Podravine i Prigorja.

Slika 2. Ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2023. godine



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

U usporedbi s prethodnom 2022. godinom, prodana naklada općeinformativnih tjednika u promatranoj 2023. godini smanjena je za 144 tisuća primjeraka.

Tržišni udio iskazan zbirno za četiri najprodavanija općeinformativna tjednika u promatranoj 2023. godini (CR4) iznosi 55,4, dok je u 2022. isti pokazatelj iznosio 51,5. Iz navedenog proizlazi zaključak da koncentriranost tržišta u 2023. bilježi blagi rast u odnosu na 2022. godinu.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) tržišta općeinformativnih tjednika u Republici Hrvatskoj u 2023. godini iznosio je 961 bodova, dok je u 2022. isti pokazatelj iznosio 893 bodova. Drugim riječima, temeljem HHI pokazatelja proizlazi zaključak o slabo koncentriranom tržištu.

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 – dnevnicima i tjednicima**

#### *Tržište oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima*

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2023. godini iznosi 14,9 milijuna eura.

Četiri od devet nakladnika općeinformativnih dnevnika bilježe pad prihoda od oglašavanja, dok pet nakladnika bilježe rast prihoda od oglašavanja („Večernji list“, „24sata“, članice Styria Grupe, te „Zadarski list“, „Slobodna Dalmacija“ i „La Voce del Popolo“). Usporedbe radi, u prethodnoj 2022. godini od devet promatranih nakladnika općeinformativnih dnevnika, sedam nakladnika dnevnika su bilježila pad prihoda od oglašavanja, dok je dvoje nakladnika bilježilo rast prihoda od oglašavanja („24sata“ i „Večernji list“, oba članice Styria Grupe). Promatrano

po pojedinom nakladniku općeinformativnog dnevnika, pad prihoda od oglašavanja u dnevnicima iznosi u rasponu od dva posto do 13 posto.

Na ovom tržištu oglašavanja u dnevnicima ne bilježe se promjene u poretku nakladnika u čijoj tiskovini se plaćena obavijest oglašava.

Najveći tržišni udio u 2023. godini od [20 - 30] posto ostvario je nakladnik „Slobodne Dalmacije“ (Hanza Media d.o.o.), uz blagi rast prihoda od oglašavanja u dnevnicima i tržišnog udjela u odnosu na 2022., kada je bilježio tržišni udio od [10 - 20] posto.

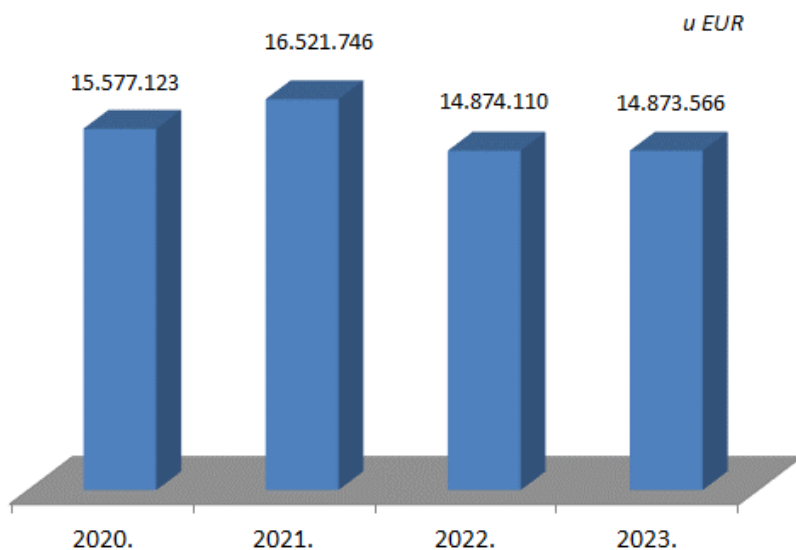
Slijedi na drugoj poziciji „Jutarnji list“ (također u nakladi Hanza Media d.o.o) s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto. Ujedno bilježi blaže izražen pad prihoda od oglašavanja u dnevnicima.

Treći je nakladnik „Večernjeg lista“ poduzetnika Večernji list d.o.o. s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto i ujedno bilježi najveći nominalni rast prihoda od oglašavanja od svih devet promatranih nakladnika dnevnika.

Nakladnik Novi list d.d. je četvrti s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto koji bilježi pad prihoda od oglašavanja u svom istoimenom općeinformativnom dnevniku u 2023. godini.

Peti je nakladnik 24sata d.o.o s tržišnim udjelom manjim od 10 posto i koji bilježi rast prihoda od oglašavanja u istoimenom dnevniku.

Slika 3. Prihod od oglašavanja nakladnika tiskovina u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2023. godine u dijelu koji se odnosi na oglašavanje u općeinformativnim dnevnicima



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Temeljem prikaza sa slike 3. proizlazi zaključak o promjeni trenda oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u promatranoj 2023. godini, jer se više ne bilježi pad prihoda od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima kao u 2022. godini u odnosu na 2021.

Ovdje treba napomenuti kako je od 1. siječnja 2023. euro postao službena novčana jedinica i zakonsko sredstvo plaćanja u Republici Hrvatskoj temeljem odredaba Zakona o uvođenju eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj („Narodne novine“ br. 57/22. i 88/22.) odnosno Odluke o objavi uvođenja eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj („Narodne novine“ br. 85/22.). Slijedom navedenog, pokazatelji prihoda za ranije godine (2020., 2021. i 2022.) preračunati su iz HRK u EUR prema fiksnom tečaju konverzije 1 euro = 7,53450 kuna.

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

Slijedom navedenog, utvrđeno je kako Styria sa svoja dva dnevnika („Večernji list“ i „24sata“) u promatranoj 2023. godini u usporedbi s tržišnim udjelom na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima, bilježi znatno manji pokazatelj u odnosu na tržišni udio na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika. Naime, na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima bilježi zajednički tržišni udio od [20-30] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika Styria bilježi veći tržišni udio od [50-60] posto.

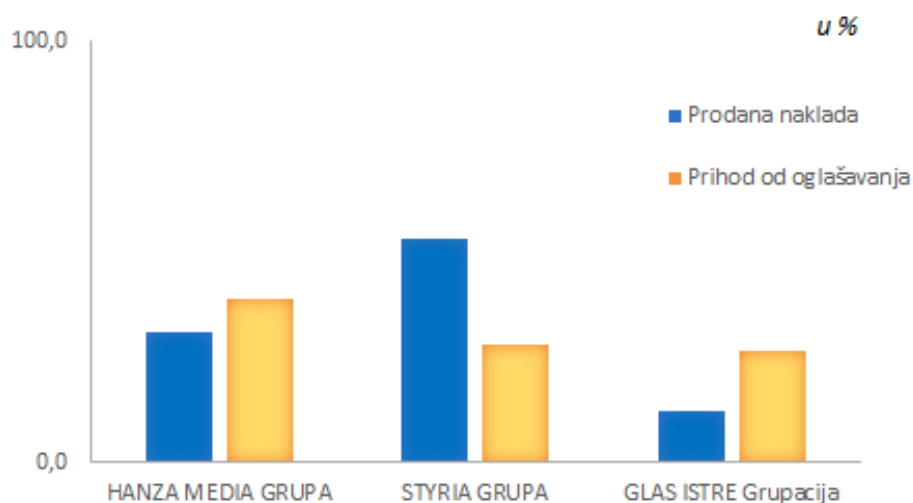
Za Hanza Media Grupu vrijedi suprotno, jer na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima sa svoja dva dnevnika („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) bilježi zajednički tržišni udio od [30-40] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika Hanza Media bilježi manji tržišni udio.

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 2023. godini iznosi [20-30] posto, dok na tržištu prodane naklade općeinformativnih dnevnika zajednički tržišni udjel iznosi [10-20] posto.

Ovdje treba istaknuti kako regionalni općeinformativni dnevnik „Zadarski list“, čiju je nakladu od 29. ožujka 2022. godine preuzeo Novi list d.d., u 2023. godini bilježi drugi najveći nominalni rast prihoda od oglašavanja. U prethodnoj 2022. godini s kojom se uspoređuje 2023. godina, „Zadarski list“ nije izlazio tijekom čitave 2022. godine odnosno bilježio se određeni prekid izlazenja istog dnevnika pa je izvjesno i prihod od oglašavanja bio manji.



Slika 4. Tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj u 2023. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima)



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

HHI na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2023. godini iznosio je 1.541 bodova (u 2022. iznosio je 1.536 bodova) što ukazuje na umjereno koncentrirano tržište, uz blagi rast koncentriranosti tržišta.

#### *Tržište oglašavanja u općeinformativnim tjednicima*

Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2023. iznosio je 4,1 milijuna eura te se u odnosu na 2022. (nešto manje od 3,7 milijuna eura prihoda) bilježi trend rasta prihoda od 12 posto. Izvjesno je da je na isto utjecao i rast cijena oglasa u pojedinim tjednicima.

Od ukupno 22 nakladnika općeinformativnih tjednika koji su zabilježili prihod od oglašavanja u 2023. godini, rast prihoda od oglašavanja u odnosu na prethodnu 2022. bilježi ukupno 11 nakladnika tjednika, dok je u prethodnoj 2022. godini njih šest bilježilo rast prihoda od oglašavanja u odnosu na 2021.

S druge strane, 11 nakladnika općeinformativnih tjednika u 2023. godini bilježi pad prihoda od oglašavanja u tjednicima, dok je u 2022. godini njih 15 bilježilo pad prihoda od oglašavanja.

Promatrajući pojedinačno nakladnike općeinformativnih tjednika u 2023. godini, bilježi se određene promjene u redoslijedu prvih pet nakladnika prema ostvarenim prihodima od oglašavanja.

Prvi po prihodu od oglašavanja u tjednicima je nakladnik Nacional News Corporation d.o.o. s tjednikom „Nacional“ s tržišnim udjelom od [10 - 20] posto koji bilježi rast prihoda od oglašavanja.

Drugi je nakladnik Singar d.o.o. s tjednikom „7dnevno“. U promatranoj 2023. godini bilježi tržišni udio od [10 - 20] posto i jače izražen rast tržišnog udjela. Ujedno bilježi najveći nominalni i postotni rast prihoda promatrajući nakladnike pojedinačno. Bilježi pomak s četvrte na drugu poziciju na ovom tržištu te se približio „Nacionalu“ po prihodu od oglašavanja u tjednicima.

Treći je nakladnik Varaždinske vijesti d.d. s istoimenim tjednikom koji u promatranoj 2023. godini bilježi tržišni udio nešto veći od 10 posto i ujedno bilježi rast prihoda od oglašavanja. Ujedno bilježi pad s druge na treću poziciju u ovom segmentu.

Četvrti je nakladnik Media novine d.o.o. s općeinformativnim tjednikom „Međimurske novine“ koji bilježi tržišni udio nešto manji od 10 posto uz rast prihoda od oglašavanja koji bilježi pomak s pete na četvrtu poziciju. Peti je nakladnik List Međimurje d.o.o. s općeinformativnim tjednikom „Međimurje“ koji također bilježi tržišni udio nešto manji od 10 posto uz otprilike isti iznos prihoda od oglašavanja kao u 2022. godini.

Zbirni udjel Hanza Media Grupe na ovom tržištu u 2023. godini iznosio je nešto manje od 10 posto (zajednički tržišni udio „Dubrovačkog vjesnika“ i „Globusa“). Nakladnik Dubrovački vjesnik d.o.o. s istoimenim tjednikom je na šestoj poziciji s udjelom od [5-10] posto i bilježi blagi rast prihoda od oglašavanja. „Globus“ je na 15. poziciji i bilježi tržišni udio od [0-5] posto kao i blagi pad prihoda od oglašavanja.

Druga grupacija, Styria Grupa izdaje „24sata Express“ u izdanju nakladnika 24 sata d.o.o. je na 20. poziciji na tržištu oglašavanja u tjednicima u 2023. godini i na ovom tržištu bilježi tržišni udio manji od 5 posto uz pad prihoda od oglašavanja.

Kao pozitivan primjer rasta prihoda od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2023. godini uz već ranije navedene nakladnike Singar d.o.o. s tjednikom „7dnevno“, Media novine d.o.o. s tjednikom „Međimurske novine“, Nacional News Corporation d.o.o. s tjednikom „Nacional“, te Varaždinske vijesti d.d. s istoimenim tjednikom, treba istaknuti još dva nakladnika regionalnih tjednika koja bilježe nešto veći rast prihoda od oglašavanja u tjednicima, a to su Podravski list d.o.o. (tjednik „Podravski list“) i Dulist d.o.o. s istoimenim tjednikom.

## **Tržište trgovine tiskom na veliko i malo**

### *Tržište trgovine tiskom na veliko*

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

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

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

Jedini distributer tiska nacionalne pokrivenosti u Hrvatskoj u 2023. godini bio je Tisak plus d.o.o. (dalje: Tisak plus), koji bilježi nešto jače izražen trend pada prihoda u odnosu na prethodno istraživanje za 2022. godinu. Tisak plus je ujedno najveći maloprodajni lanac kioska te vodeći hrvatski distributer tiskovina, duhanskih proizvoda, prepaid bonova i start paketa telekom operatera te ostalih proizvoda (sokovi, vode i slično).

Rezultati istraživanja pokazali su kako je u 2023. godini Tisak plus distribuirao tisak za daljnju prodaju za 478 kupaca, dok je u prethodnoj 2022. godini distribuirao tisak za daljnju prodaju za 591 kupca. Dodatno u istraživanju za 2023. godinu Tisak Plus d.o.o. je naveo kako ima određeni broj kupaca u pretplati.

Važeći Opći uvjeti distribucije i prodaje tiska poduzetnika TISAK plus d.o.o. nose nadnevak od 1. travnja 2019. godine i isti su navedeni u Evidenciji izdanih potvrda o upisu u Upisnik HGK o izdavanju i distribuciji tiska, kao i Izmjene i dopune Općih uvjeta distribucije i prodaje tiska poduzetnika TISAK plus d.o.o. koje nose nadnevak od 27. rujna 2019. Tisak plus d.o.o. je u provedenom istraživanju, AZTN-u dostavio i Opće uvjete o poslovanja u komisionoj prodaji od 27. siječnja 2020. godine koji su stupili na snagu 1. ožujka 2020. godine.

### *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.

Također, posluju i drugi poduzetnici sa specijaliziranim prodavaonicama tiska, no ne raspolažu mrežom, odnosno lancem maloprodajnih mjesta kao što raspolažu distributeri tiska. Ovdje je riječ o malim poduzetnicima, s jednim do nekoliko kioska ili malim „obiteljskim” kioscima, no promatrajući ih pojedinačno zbog njihove rascjepkanosti nemaju niti tržišnu snagu niti položaj koji bi im omogućio tržišno natjecanje s konkurentima koji raspolažu mrežama kioska.

Ukupno je tržište maloprodaje tiskom bilježi blago smanjenje od pet posto, ponajviše iz razloga pada prihoda maloprodaje tiskom od strane trgovaca na malo tiskom koji raspolažu mrežom kioska (Tisak plus i Inovine), a manjim dijelom padom prihoda maloprodaje tiskom pojedinih nakladnika kroz pretplatu. Ujedno se bilježi promjena trenda jer je u 2022. godini bilježen blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom u iznosu od 0,6 posto, dok se u promatranoj 2023. bilježi pad prihoda.

Nakladnici u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2023. godini kao najprodavanijeg tiska su direktnom prodajom tiska (kroz pretplatu i djelomično kolportažu) blago povećali prihode od trgovine na malo tiskom. Radi se o relativno značajnom udjelu ukoliko se promatraju ukupnost svih segmenta tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom. Naime, zbirni prihod od trgovine na malo tiskom za najveće nakladnike dnevnika (Hanza Media Grupa odnosno „Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“, te Styria Grupa odnosno Večernji list d.o.o. i 24sata d.o.o.) u 2023. godini iznosi 12-13 milijuna eura (s tri nakladnika Glasa Istre Grupacije zbirni iznos je 14-15 milijuna eura), dok zbirni prihod specijalizirana trgovca tiskom (TISAK plus d.o.o., Inovine d.d. i Fibis d.o.o.) u 2023. godini iznosi oko 15-16 milijuna eura.

Prvi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je poduzetnik Tisak plus, koji je ostvario nešto jače izražen pad prihoda u 2023. godini u odnosu na istraživanje za 2022. godinu. Tisak plus maloprodajnu mrežu na teritoriju Republike Hrvatske na dan 31. prosinca 2023. godine činilo je 765 prodajnih mjesta. Usporedbe radi, u prethodnoj 2022. godini Tisak plus bilježio je 769 prodajnih mjesta te proizlazi da je bilo četiri prodajna mjesta manje u promatranoj 2023. godini. Ranije navedeno upućuje na nastavak trenda smanjivanja broja prodajnih mjesta, jer je i u prethodnom istraživanju za 2022. zabilježeno smanjivanje broja prodajnih mjesta Tiska plus, no u znatno većem broju, kada je Tisak plus bilježio 47 prodajnih mjesta manje u odnosu na 2021.

Drugi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom je nakladnik Hanza Media d.o.o. (podaci za „Jutarnji list“) koji ujedno bilježi promjenu trenda u negativni trend pada prihoda od trgovine na malo tiskom, no za dnevnik „Slobodnu Dalmaciju“ se bilježi blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom.

Treći je nakladnik Večernji list d.o.o. (Styria Grupa), koji bilježi blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom u 2023. godini, uz promjenu trenda. Navedeni poduzetnik ujedno bilježi najveći nominalni rast prihoda od trgovine na malo tiskom u 2023. godini promatrano po pojedinom poduzetniku.

Četvrti je nakladnik 24sata d.o.o., također članica Styria Grupe, koji bilježi stagnaciju prihoda u odnosu na 2022. godinu.

Inovine d.d. je peti po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom u 2023 godini. Kao specijalizirani trgovac na malo tiskom i duhanskim proizvodima, u 2023. godini imao je 223 prodajnih mjesta dok je u prethodnoj 2022. godini bilježio 241 prodajno mjesto. Iz navedenog proizlazi da bilježi 18 prodajnih mjesta manje u promatranoj 2023. godini. Inovine bilježe pad prihoda od trgovine na malo tiskom u 2023. godini u odnosu na 2022. Mreža specijaliziranih prodajnih mjesta poduzetnika Inovina, iako rasprostranjena gotovo po cijelom teritoriju RH, po broju prodajnih mjesta približno je tri puta manja od Tiska plus.

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

U istraživanju za 2023. godinu utvrđeno je kako tri novinska nakladnika dnevnika (Večernji list d.o.o., Novi list d.d. i Hanza Media d.o.o.) kroz pretplatu bilježe blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom.

Usporedbe radi, u istraživanju za 2022. godinu četiri nakladnika bilježila su trend rasta maloprodajnih aktivnosti odnosno 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“), Singar d.o.o. („7dnevno“) te Varaždinske vijesti d.d. (istoimeni tjednik).

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

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

### **Pravne i/ili činjenične zapreke pristupa tržišnim kanalima prodaje (distribucije) tiskovina u Republici Hrvatskoj**

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

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

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

Što se distribucije tiskovina putem pretplate tiče, isti nakladnik u svom odgovoru navodi kako poduzetnik Hrvatska pošta d.d. nema mogućnost ručne dostave u sva područja Republike Hrvatske, što čini i prepreku rastu pretplatničke naklade tiskovina. Otvaranje takvih područja za bilo kojeg distributera pa tako i Hrvatske pošte d.d., znači reorganizaciju poslovanja, no u konačnici vjeruje da bi i Hrvatska pošta d.d. i nakladnici imali značajnu financijsku korist od toga i da bi se tako osigurala dugoročna stabilnost poslovanja.

Dodatno u svom odgovoru nakladnik navodi kako je otegotna okolnost u organizaciji i realizaciji distribucije tiskovina kompleksnost same operacije gdje je Republika Hrvatska geografski vrlo zahtjevno područje za distribuciju, a posebice tiskovina koje imaju vrlo

specifične distributivne zahtjeve, prvenstveno se to odnosi na vrijeme dostave, tj. ranojutarnje sate. Navodi kako postoji malo pravnih subjekata koje istu operaciju mogu provesti kvalitetno s jedne strane, i financijski isplativo s druge strane.

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

Iz navedenih očitovanja poduzetnika proizlaze u bitnome pokazatelji činjeničnih zapreka koje ne proizlaze primarno iz postupanja poduzetnika na tržištu koje bi bilo sporno s aspekta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, već je riječ o izazovima u lancu distribucije tiskovinama s kojima se susreću i nakladnici i distributeri u uvjetima tržišta koje bilježi dugogodišnji pad i po nakladi i po ostvarenim prihodima.

### **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 2023. godini.

U promatranj 2023. najveći nakladnici općeinformativnih dnevnika, Hanza Media Grupa i Styria grupa bilježe najveći broj elektroničkih publikacija, kao i prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama, isto kao u prethodnoj 2022. godini.

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih dnevnika u 2023. iznosio je 20,4 milijuna eura. U tablici 1. prikazuje se popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnog dnevnika u 2023., uz napomenu da je Novi list d.d. dostavio naziv elektroničke publikacije i za Zadarski list.

Tablica 1. Popis elektroničkih publikacija pojedinog nakladnika općeinformativnih dnevnika

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

Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

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

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

Najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama u 2023. godini bilježi 24sata d.o.o. uz trend rasta prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama, zatim slijedi Hanza Media d.o.o. uz trend blagog smanjenja prihoda, te Večernji list d.o.o. uz trend blagog smanjenja prihoda u odnosu na 2022. godinu.

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

Ukupan prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama anketiranih nakladnika općeinformativnih tjednika u 2023. iznosio je 399 tisuća eura.

Kod nakladnika općeinformativnih tjednika najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama bilježi Plan media d.o.o. uz trend rasta prihoda od oglašavanja u elektroničkim publikacijama, zatim slijedi Dubrovački vjesnik d.o.o. uz trend blagog rasta prihoda te Informativni centar Virovitica d.o.o. uz trend blagog rasta prihoda. Tri ranije navedena nakladnika tjednika bilježila su najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama i u prethodnoj 2022. godini.

Ovdje treba istaknuti da Nacional News Corporation d.o.o. nema mogućnost razdvajanja prihoda od oglašavanja u tiskovini (prvi je u tom segmentu tržišta) i za e-izdanja odnosno elektroničke publikacije.

## **Zaključno**

Rezultati provedenog istraživanja pokazali su kako je u 2023. godini prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u RH iznosila 28 milijuna komada, dok je prodana naklada svih općeinformativnih tjednika u RH iznosila oko 1,7 milijuna komada

U 2023. godini se u odnosu na 2022. bilježi nešto jače izražen pad prodane naklade dnevnika (15 posto) nego u 2022. u odnosu na 2021. (11 posto). Ujedno je to nastavak višegodišnjeg trenda pada prodanih naklada, ali i finansijskih pokazatelja stanja na tržištu.

Prodana naklada tjednika u promatranoj 2023. godini bilježi pad od osam posto u odnosu na 2022., dok je godinu dana prije (2022. godina u odnosu na 2021.) pad iznosio 15 posto te je pad slabije izražen.

Prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2023. godini iznosio je nešto manje od 14,9 milijuna eura. Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2023. iznosio je 4,1 milijuna eura. Na tržištu oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima zaustavljen je pad, a na tržištu općeinformativnih tjednika bilježi se rast prihoda od 12 posto u 2023. godini.



Na tržištu prodane naklade općeinformativnog tiska u 2023. godini najprodavanije tiskovine su „24 sata“ novinskog nakladnika 24sata d.o.o., a kod nakladnika općeinformativnih tjednika bilježi se promjena na prvom mjestu i lider u prodaji tjednika u 2023. godini je „Hrvatski tjednik“ nakladnika Tempus 22 d.o.o.

Bilježe se određene vlasničke promjene nakladnika, prije svega za dnevnik „Glas Istre“ (ranije u nakladi Glas Istre Novine d.o.o.) čiju nakladu je od srpnja 2023. preuzeo Novi list d.d.. Pritom su oba nakladnika članice Glas Istre Grupacije. Nadalje, 1. prosinca 2023. godine AZTN je donio Rješenje o odbacivanju prijave namjere provedbe koncentracije poduzetnika u predmetu Media Solutions d.o.o., Osijek i Novi List d.d., Rijeka, budući da je utvrdilo kako nisu ispunjeni uvjeti za pokretanje postupka ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika u smislu odredbe članka 17. stavka 1. ZZTN-a. Navedena koncentracija posredno se odnosi i na poduzetnika Glas Istre Novine d.o.o. Poduzetnik Media Solutions d.o.o. je navedenom transakcijom postao imatelj većinskog udjela u Novom listu d.d. koji je prethodno držao Joj Media House a.s. iz Republike Slovačke.

U djelatnosti oglašavanja u 2023. godini bilježi se suprotan trend rasta prihoda od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima (12 posto), kao i stagnacija prihoda od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u odnosu na 2022. godinu (zaustavljen je negativan trend pada).

U odnosu na tržište trgovine na veliko tiskom, jedini distributer tiska u RH bio je Tisak plus, koji u 2023. godini bilježi nešto jače izražen trend pada prihoda u odnosu na prethodno istraživanje za 2022. godinu. Ujedno bilježi nastavak trenda pada broja svojih kupaca u distribuciji tiska za daljnju prodaju.

U odnosu na tržište trgovine na malo tiskom, bilježi se blagi pad ukupnih prihoda od trgovine na malo tiskom u RH u 2023. godini u odnosu na prethodnu 2022. od pet posto, i bilježi se promjena trenda u negativan trend na ovom tržištu jer je u prethodnom istraživanju za 2022. zabilježen blagi rast prihoda od trgovine na malo tiskom u iznosu od 0,6 posto u odnosu na 2021. Pad prihoda bilježe Tisak plus i Inovine, kao poduzetnici s najvećim brojem specijaliziranih maloprodajnih mjesta.

Nakladnici u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2023. godini kao najprodavanijeg tiska su direktnom prodajom tiska (kroz pretplatu i djelomično kolportažu) blago povećali prihode od trgovine na malo tiskom. Radi se o relativno značajnom udjelu ukoliko se promatraju ukupnost svih segmenta tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom.

U promatranoj 2023. godini određeni broj novinskih nakladnika dnevnika kroz pretplatu je zabilježilo rast prihoda od trgovine na malo tiskom, a to su Večernji list d.d. s dva dnevnika („Večernji list i „24sata“), Hanza Media d.o.o. s dva dnevnika (promatrano zajedno dnevnike „Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) te Novi list d.d. (Glas Istre Grupacija).

Od nakladnika općeinformativnih tjednika, najveći prihod od maloprodajne djelatnosti kroz pretplatu bilježe nakladnici Nacional News Corporation („Tjednik Nacional“), Lasica d.o.o. (tjednik „Posavska Hrvatska), te Varaždinske vijesti d.d. i Singar d.o.o. („7dnevno“).

I nadalje je dominantna prodaja putem specijaliziranih trgovina tiska (52 posto u strukturi promatranih poduzetnika, pri čemu su uzeti u obzir Tisak plus d.o.o., Inovine d.d. i Fibus d.o.o., gdje prije svega Tisak plus d.o.o. ima najznačajniji učinak.

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

Dva anketirana nakladnika navela su nemogućnost prodaje tiskovina kroz dodatni kanal prodaje poduzetnika Hrvatske pošte d.d. što bi prema njihovoj ocjeni izvjesno imalo pozitivan učinak odnosno povećao bi prodaju tiskovina, na obostrano zadovoljstvo nakladnika i poduzetnika Hrvatske pošte d.d.

Jedan nakladnik navodi kako je otegotna okolnost u organizaciji i realizaciji distribucije tiskovina kompleksnost same operacije gdje je RH geografski vrlo zahtjevno područje za distribuciju, a posebice tiskovina koje imaju vrlo specifične distributivne zahtjeve, prvenstveno se to odnosi na vrijeme dostave, tj. ranojutarnje sate. Navodi kako postoji malo pravnih subjekata koje istu operaciju mogu provesti kvalitetno s jedne strane, i financijski isplativo s druge strane.

Najveći nakladnici općeinformativnih dnevnika, Hanza Media Grupa i Styria grupa sa svojim nakladnicima bilježe najveći broj elektroničkih publikacija u promatranj 2023. godini, kao i prihod od oglašavanja u istima.

Najveći prihod od oglašavanja u elektroničkim publikacijama u 2023. godini bilježi nakladnici općeinformativnih dnevnika 24sata d.o.o., zatim slijedi Hanza Media d.o.o. te Večernji list d.o.o.