



SADRŽAJ

Stagnacija tržišta tiska i nastavak pada prodanih naklada u 2018.

Regionalni sud u Njemačkoj presudio u korist Facebooka

Izabrane najbolje svjetske agencije za 2018. godinu

Najviša kazna u UK za utvrđivanje minimalne prodajne cijene

Portugal kaznio kartel osiguravatelja s 54 milijuna eura

Nizozemska zabranila spajanje poštanskih operatora

Stagnacija tržišta tiska i nastavak pada prodanih naklada u 2018.

U 2018. prodana naklada svih općeinformativnih dnevnika u Republici Hrvatskoj iznosila je 60,4 milijuna primjeraka te je u odnosu na prethodnu godinu smanjena za 9 %

! **NAJVEĆU PRODANU NAKLADU U 2018., KAO I U PRETHODNE ČETIRI PROMATRANE GODINE, OSTVARIO JE DNEVNIK "24SATA", S OSTVARENIM TRŽIŠNIM UDJELOM OD 30 DO 40 %**



Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) provela je redovito istraživanje tržišta tiska u Republici Hrvatskoj u 2018., s ciljem utvrđivanja tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na tom tržištu.

Uzorak u istraživanju predstavljala su ukupno 44 novinska nakladnika i distributera tiska, a analizom su obuhvaćena tržišta naklade tiska (općeinformativni dnevnik i tjednici), tržišta oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima i tjednicima te tržišta trgovine tiskom na području Republike Hrvatske.

Tržište prodane naklade općeinformativnih dnevnika

Tržišni udjeli poduzetnika na mjerodavnim tržištima utvrđeni su temeljem 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.

U 2018. prodana naklada svih dnevnika u Republici Hrvatskoj iznosila je 60,4 milijuna primjera-

! **NAJPRODANIJJI TJEDNIK JE "7DNEVNO", DRUGI JE "MEĐIMURJE", A TREĆI HRVATSKI LIST/HRVATSKI TJEDNIK**

ka te je u odnosu na prethodnu godinu smanjena za 9 %. Gotovo svi dnevници bilježe pad prodane naklade u odnosu na 2017.

Najveću prodanu nakladu u 2018., kao i u prethodne četiri promatrane godine, ostvario je dnevnik „24sata“, s ostvarenim tržišnim udjelom od 30 do 40 %, ali uz nastavak trenda pada prodaje. Slijedi „Jutarnji list“ (Hanza Media Grupa) s tržišnim udjelom od 20 do 30 %, uz pad prodane naklade u odnosu na prethodnu 2017.

Treći je dnevnik „Večernji list“, s ostvarenim tržišnim udjelom od 10 do 20 % i nastavkom negativnog trenda. Značajan iznos prodane naklade u 2018. ostvarili su još nakladnici dnevni-

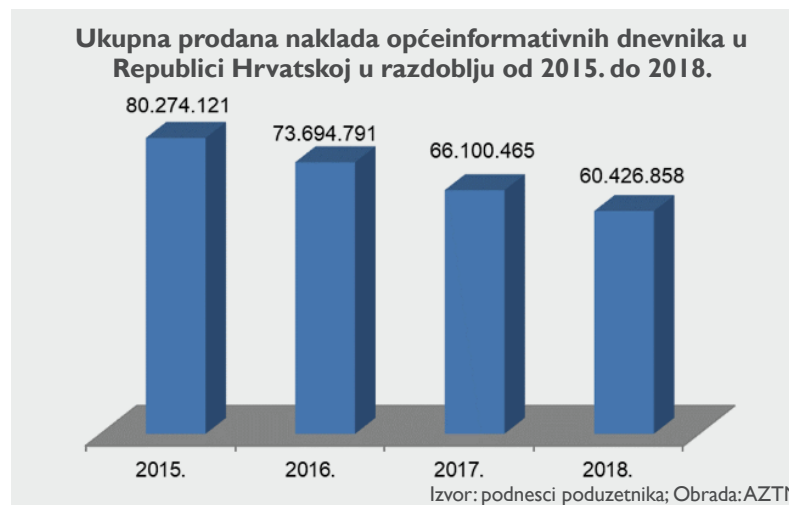
! **TRŽIŠTA TISKA (PRODANA NAKLADA I OGLAŠAVANJE U TISKU) BILJEŽE STAGNACIJU U 2018., ŠTO JE NASTAVAK VIŠEGODIŠNJEG TRENTA PADA PRODANE NAKLADE, ALI I FINACIJSKIH POKAZATELJA STANJA NA TRŽIŠTU**

ka „Slobodna Dalmacija“ (Hanza Media Grupa) s tržišnim udjelom od 10 do 20 % i „Novi list“ (Glas Istre) s tržišnim udjelom od 5 do 10 %.

Oba dnevника regionalnog su karaktera i bilježe pad prodaje u odnosu na 2017. Promatrano prema vlasničkim grupama, na tržištu dnevника najveći udjel od 50 do 60 % ima Styria AG („24 sata“ i „Večernji list“), uz blagi pad tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2017. godinu. Hanza Media Grupa („Jutarnji list“ i „Slobodna Dalmacija“) s udjelom od 30 do 40 % bilježi blagi rast tržišnog udjela.

Ovdje se napominje kako je 1. travnja 2019. došlo do pripajanja nakladnika Slobodna Dalmacija d.d., nakladniku Hanza Media d.o.o.

Treća grupacija nakladnika Glasa Istre („Novi list“, „Glas Istre“ i „Zadarski list“) ostvarila je zbirni tržišni udjel od 10 do 20 %. JOJ Media House, a.s. iz Bratislave je u srpnju 2016. stekao kontrolu nad riječkim Novim listom, pulskim Glasom Istre i zadarskim poduzetnikom RTD,



! **U 2018. OSTVAREN JE PAD UKUPNIH PRIHODA OD TRGOVINE NA MALO TISKOM U ODNOSU NA 2017. PAD PRIHODA BILJEŽE DISTRIBUTERI TISAK I INOVINE, DOK BLAGI PORAST BILJEŽE NAKLADNICI HANZA MEDIA I 24SATA**

koji su nakladnici navedena tri dnevnika.

Tržište prodane naklade općeinformativnih tjednika

Prodana naklada tjednika bilježi pad od 5% u odnosu na 2017., a većina regionalnih tjednika u skladu s tim općim trendom bilježi pad prodane naklade, uz iznimku Hrvatskog tjednika, Varaždinskih vijesti, tjednika Nacional, Posavske Hrvatske te Glasa Po-

dravine i Prigorja. Najprodavaniji tjednik je „7Dnevno“, koji izlazi u nakladi poduzetnika Eurocinik i bilježi blagi pad prodaje, drugi je tjednik „Međimurje“, a treći Hrvatski list/Hrvatski tjednik.

Tržište oglašavanja u općeinformativnom tisku – dnevници i tjednici

Ukupan prihod nakladnika ostvaren od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima u 2018. iznosi 156 milijuna kuna te

je u odnosu na 2017. manji za 4,3 milijuna kuna, a većina nakladnika bilježi blagi pad prihoda od oglašavanja.

Najveći tržišni udjel u 2018. od 20 do 30 % ostvario je nakladnik Jutarnjeg lista (Hanza Media), uz blagi pad ostvarenih prihoda u odnosu na 2017. Slijedi Slobodna Dalmacija s tržišnim udjelom od 10 do 20 % i Novi list s udjelom od 10 do 20 %.

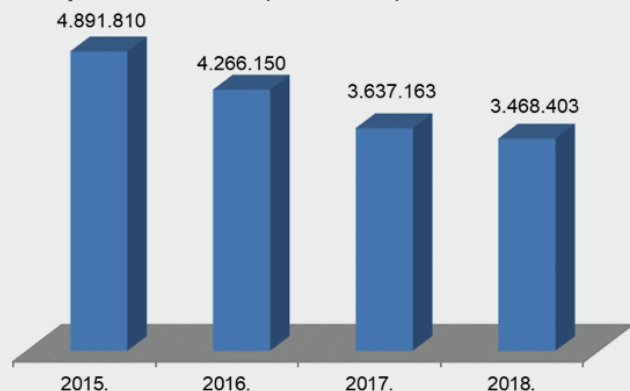
Nakladnik Slobodne Dalmacije (Hanza Media grupa), kao drugi, ostvario je blagi pad ostvarenog prihoda od oglašavanja, dok Novi list kao treći, bilježi blagi rast prihoda. Nakladnik Večernjeg lista (Večernji list), kao četvrti, bilježi tržišni udio od 10 do 20 %, uz pad prihoda u odnosu na 2017.

Peti je nakladnik dnevника 24 sata, s ostvarenim tržišnim udjelom od 10 do 20 % i neznatnim rastom prihoda u odnosu na 2017. Ostala četiri nakladnika (Glas Slavonije, Glas Istre, Zadarski list i La Voce del Popolo) u 2018. ostvarili su pojedinačne tržišne udjele manje od 10 %.

Prihod nakladnika od oglašavanja u općeinformativnim tjednicima u 2018. iznosio je 26,8 milijuna kuna te je u odnosu na 2017. povećan za oko 1,8 milijuna kuna, odnosno 7 %.

Promatrajući pojedinačno nakladnike tjednika, vodeći tržišni udjel od 10 do 20 % ostvario je nakladnik Dubrovački vjesnik

Ukupna prodana naklada općeinformativnih tjednika u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2018.

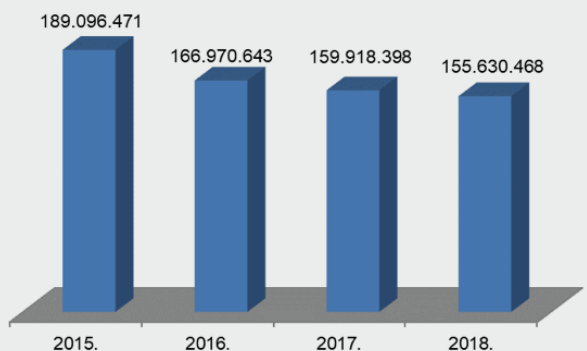


Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

d.o.o. u sastavu Hanza Media Grupe, s tjednikom Dubrovački vjesnik, zadržavši vodeću poziciju na tržištu kao i u prethodnoj 2017., kada je njegov tržišni udjel

također iznosio od 10 do 20 %. Zbirni udjel Hanza Media Grupe na ovom tržištu u 2018. iznosi od 20 do 30 % (Dubrovački vjesnik i Globus).

Prihod od oglašavanja nakladnika tiskovina u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2018. u dijelu koji se odnosi na oglašavanje u općeinformativnim dnevnicima-HRK



Izvor: podnesci poduzetnika; Obrada: AZTN

Tržište trgovine tiskom na veliko i malo

U odnosu na tržište trgovine na veliko tiskom, jedini distributer tiska nacionalne pokrivenosti u Hrvatskoj u 2018. bio je Tisak. Što se tiče ostvarenih prihoda od trgovine na malo, prvi je također Tisak, koji je u 967 prodajnih mjesta ostvario blagi pad prihoda u odnosu na 2017. Pri tome treba naglasiti kako je od 1. travnja 2019., Tisak plus d.o.o. preuzeo poslovanje, prava i obveze poduzetnika Tisak d.d. Drugi po ostvarenom prihodu od trgovine na malo je nakladnik Hanza Media s blagim rastom prihoda, dok je treći nakladnik Večernji list, koji bilježi blagi rast prihoda. Distributer tiska Inovine, četvrti je po ostvarenom prihodu od trgovine na malo tiskom u

2018. Kao specijalizirani trgovac na malo tiskom i duhanskim proizvodima, ima 287 prodajnih mjesta te je po broju maloprodajnih mjesta drugi iza Tiska.

U odnosu na prethodnu godinu, Inovine d.d. bilježe blagi pad prihoda od trgovine na malo tiskom. Mreža specijaliziranih prodajnih mjesta poduzetnika Inovina d.d., iako rasprostranjena gotovo po cijelom

teritoriju Republike Hrvatske, po broju prodajnih mjesta približno je 3,5 puta manja od Tiska d.d. Distributer tiska Fibis bilježi smanjenje prihoda

da od trgovine na malo tiskom u odnosu na 2017. Iako raspoložive mrežama specijaliziranih prodajnih mjesta, one obuhvaćaju znatno manji broj prodajnih mjesta od onih Tiska i Inovina, a rasprostranjenost je regionalnog karaktera.

U 2018. u Republici Hrvatskoj, ostvaren je pad ukupnih prihoda od trgovine na malo tiskom u odnosu na 2017. Pad prihoda bilježe Tisak i Inovine kao poduzetnici s najvećim brojem specijaliziranih maloprodajnih mjesta, dok najveći porast prihoda od navedene djelatnosti bilježe nakladnici Hanza Media i 24sata. Nakladnici ostvarivanjem navedenih prihoda u 2018. zadržavaju svoja mjesta ostvarena u 2017., Hanza Media drugu poziciju, a 24 sata petu poziciju.

Tri nakladnika (Hanza Media, Večernji list i 24 sata), od ukupno sedam, koji su ostvarili značajne iznose prodanih naklada u segmentu općeinformativnih dnevnika u 2018., kao najprodavanijeg tiska, direktnom su prodajom tiska (pretplatom), povećali prihode od trgovine na malo tiskom, iako još uvijek nije riječ o značajnijem udjelu, ukoliko se promatra ukupnost svih segmenta tržišta u distribucijskom lancu opskrbe krajnjih potrošača tiskom. **a**



Regionalni sud u Njemačkoj presudio u korist Facebooka

Postupajući po žalbi Facebooka na odluku njemačkog tijela za tržišno natjecanje iz veljače ove godine, kojom je njemački regulator utvrdio da je najveća svjetska društvena mreža zlorabila svoj vladajući položaj na tržištu prikupljanjem podataka o korisnicima bez njihove privole, te joj naložio da za prikupljanje podataka korisnika mora tražiti njihov dobrovoljni pristanak, nadležni sud u Düsseldorfu je odluku njemačkog tijela za tržišno natjecanje privremeno stavio izvan snage. Njemačko tijelo za tržišno natjecanje uložiti će žalbu na odluku suda u Düsseldorfu Vrhovnom saveznom sudu

Njemačko tijelo za tržišno natjecanje – Bundeskartellamt – žaliti će se Vrhovnom saveznom sudu povodom odluke regionalnog suda u Düsseldorfu kojom taj sud privremeno stavlja izvan snage mjere koje je njemački regulator naložio Facebooku (FB) zbog prikupljanja i objedinjavanja podataka o korisnicima bez njihove privole.

“Uvjereni smo da imamo propise o zaštiti tržišnog natjecanja kojima možemo djelovati kao regulator”, rekao je u svojoj izjavi Andreas Mundt, čelnik Bundeskartellamta. “Kako bismo ta pitanja razjasnili ulažemo žalbu Vrhovnom saveznom sudu.”

Regionalni sud u Düsseldorfu objasnio je da stavljanje odluke Bundeskartellamta izvan snage znači da FB ne mora za sada provesti odluku Bunde-

skartellamta. Drugim riječima, privremeni nalog suda bit će na snazi sve do konačne odluke o žalbi FB-a.

Konkretno, sud u Düsseldorfu je stava da regulator tržišnog natjecanja u svojoj odluci kojom utvrđuje da je FB zlorabio svoj vladajući položaj prikupljanjem podataka o korisnicima nije objasnio kako su navodne povrede Opće uredbe o zaštiti podataka EU-a utjecale na tržišno natjecanje.

Također, prema navodima suda, Bundeskartellamt nije utvrdio da FB ima vladajući položaj na tržištu internetskog oglašavanja, niti da mu je tržišna snaga omogućila iskorištavanje podataka korisnika.

Nadalje, sud kaže da Bundeskartellamt nije napravio razliku između primjerenog prikupljanja, obrade i korištenja podata-

ka korisnika i prekomjernog prikupljanja tih podataka. Odluka Bundeskartellamta, po mišljenju suda, nije sadržavala značajna utvrđenja po pitanju vrste, porijekla i količine dodatnih podataka koje je FB navodno prikupljao.

Naime, u veljači ove godine njemačko tijelo za tržišno natjecanje donijelo je odluku da je FB zlorabio svoj vladajući položaj, a posebno je osudio način kako FB prikuplja i objedinjuje podatke izvan vlastite internet-ske stranice preko aplikacija trećih strana – uključujući i svoje vlastite WhatsApp i Instagram – te prati ljude putem onoga što su “lajkali” ili “dijelili”, pa te podatke dodjeljuje korisnicima FB računa.

Stoga je odlučilo ograničiti FB u Njemačkoj u prikupljanju i obradi podataka koje je FB o ko-

risniku prikupio s drugih društvenih mreža bez korisnikovog izričitog pristanka. U svojoj odluci naložilo je FB-u da prestane objedinjavati podatke o korisnicima na opisani način te da za prikupljanje podataka korisnika mora tražiti njihov dobrovoljni pristanak.

U obrazloženju svoje odluke njemački regulator za tržišno natjecanje tvrdi da je objedinjujući podatke korisnika koje je prikupio iz različitih izvora, FB mogao optimizirati vlastiti servis i vezati više korisnika na svoju mrežu.

Takvo mu je postupanje također pomoglo poboljšati ciljne promidžbene aktivnosti, koje su FB-u zacementirale poziciju kao platforme bez koje se u oglašavanju ne može.

U zemlji koja je tradicionalno osjetljiva na temu privatnosti

podataka, naročito nakon prošlogodišnje afere s Cambridge Analyticom u kojoj su provaljeni podaci desetaka milijuna FB profila, njemački regulator za tržišno natjecanje donio je odluku kojom je ova najveća svjetska društvena mreža zlorabila svoj vladajući položaj na tržištu prikupljanjem podataka o korisnicima bez njihove privole.

FB koji se odmah žalio na odluku Bundeskartellamta, tvrdio je da Bundeskartellamt postupa kao regulator zaštite podataka umjesto kao regulator tržišnog natjecanja.

Nalog Bundeskartellamta kojim je naredio FB-u da promijeni svoju politiku u obradi podataka u roku od 12 mjeseci, time je privremeno stavljen izvan snage.

Odluku suda u Düsseldorfu FB je odbio komentirati. **a**

Izabrane najbolje svjetske agencije za 2018. godinu

Global Competition Review svake godine izdaje publikaciju o rangiranju svjetskih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja, a ovo je već 19. istraživanje po redu. Podaci se prikupljaju putem upitnika koje ispunjavaju nadležna tijela, ovaj puta njih 37.

Ponovno su najbolje ocijenjena tijela Francuske, Njemačke i SAD-a (FTC), dok je Europska komisija svrstana u "vrlo dobre", zajedno s tijelima Australije, Japana, Koreje, SAD-a (DoJ), Brazila i Ujedinjene Kraljevine.

Na dnu ljestvice nalaze se tijela Indije, Irske i Poljske.

GCR ističe važnost donošenja ECN+ Direktive i reformi do kojih će dovesti njezino prenošenje u nacionalna zakonodavstva, primjerice mogućnosti da irska agencija počne izricati kazne u upravnom postupku i da uvede program oprosta ili umanjenja kazne.

Sljedeće godine GCR će uvesti članstvo u ICN-ovom CAP okviru kao dodatni kriterij za ocjenjivanje nadležnih tijela. **a**

Najviša kazna u UK za utvrđivanje minimalne prodajne cijene

Nacionalno tijelo za tržišno natjecanje i tržište Ujedinjenog kraljevstva (CMA) izreklo je do sada najvišu kaznu za utvrđivanje minimalnih odnosno fiksnih prodajnih cijena (RPM) digitalnih pijanina i električnih klavira proizvođaču Casio u visini od 3,7 milijuna funti.

Prema navodima regulatora za tržišno natjecanje Casio je priznao da se koristio naprednim softverom za nadzor kako bi pratio pridržavaju li se trgovci cjenika kojima je odredio minimalne cijene u internetskoj prodaji digitalnih pijanina i električnih klavira tog proizvođača u razdoblju od 2013. do 2018. godine. CMA naglašava da je Casio vršio pritisak na trgovce koji se ne bi držali cjenika. Napredni softver koji je pratio prodaju trgovaca na malo olakšao je Casiju provoditi svoju cjenovnu politiku u stvarnom vremenu, a trgovce je odvrćao od popusta na proizvode Casia zbog straha da ih ne otkriju i kazne. Trgovci su također otkrivali Casiju kada bi njihovi konkurenti ponudili popuste na pijanina i klavire. U konačnici, iako visoka, Casiju je izrečena umanjena kazna jer je priznao povredu propisa o tržišnom natjecanju i surađivao je u istrazi CMA-e. **a**

Portugal kaznio kartel osiguravatelja s 54 milijuna eura

Portugalsko tijelo za tržišno natjecanje izreklo je kaznu za pet osiguravajućih društava zbog udruživanja u kartel kojim su dijelili nacionalno tržište od 2014. do 2017. godine. Ukupna kazna za članove kartela iznosila je 54 milijuna eura.

Osiguravajuća društva koja zajedno pokrivaju više od pola portugalskog tržišta osiguranja dogovarala su cijene osiguranja za ozljede na radu, zdravstvenog osiguranja i auto osiguranja za velike korporativne klijente. Dokazi o postojanju kartela pronađeni su u nenajavljenim pretragama sjedišta osiguravatelja.

Dvama poduzetnicima kazna je umanjena jer su u sklopu pokajničkog programa prijavili kartel, priznali povredu i pružili detalje o ostalim članovima kartela u istrazi. Seguradoras Unidas ostvario je puni imunitet – oslobođen je od kazne jer je bio prvi koji je portugalskoj agenciji otkrio i prijavio kartel. Kazne su izrečene i četvorici direktora osiguravajućih društava. **a**

Nizozemska zabranila spajanje poštanskih operatora

Nizozemsko tijelo za tržišno natjecanje zabranilo je spajanje poštanskog operatora PostNL s njegovim jedinim konkurentom na nizozemskom tržištu Sandd na temelju provedene analize koja ukazuje da bi takva koncentracija za posljedicu imala povećanje cijena od 30% - 40% za velike poslovne korisnike koji čine više od 90% tržišta poštanskih usluga.

Budući da nizozemski zakon omogućava izuzeće u slučajevima od općeg gospodarskog interesa, PostNL uputit će takav zahtjev nadležnom ministarstvu iako tijelo za tržišno natjecanje sumnja da bi takvo odobrenje bilo moguće s obzirom na posljedice koje bi ovakav monopol imao na korisnike – pojedinačne potrošače, korporacije i državna tijela.

No, PostNL zabranu koncentracije vidi kao prijetnju obavljanju univerzalne poštanske usluge, a spajanje smatra potrebnim kako bi poštanske usluge bile "pouzdanе, široko dostupne i pristupačnoj cijeni". **a**

Odluke AZTN-a objavljene u kolovozu i rujnu 2019.

- [Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture -Nacrtn prijedloga Zakona o Plovputu - Mišljenje](#)

- [Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta - Naknadna procjena učinaka propisa za Zakon o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku - Mišljenje](#)

- [Gitone Adriatic d.o.o., Zagreb i Liburnia Riviera Hoteli d.o.o., Opatija - Rješenje o odbacivanju prethodne prijave namjere provedbe koncentracije poduzetnika](#)