

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПЕЧАТНЫХ СМИ: итоги – 2010, перспективы – 2011

Мониторинг ГИПП российского рынка печатных СМИ

Итоги кризиса:

негативные последствия для отрасли

- Кризис 2008-2010 – сложнейший за всю историю российской индустрии печатных СМИ
- Падение рекламных доходов на 42% (данные АКАР), по крупнейшим издательствам – 15-22%
- Сокращение читательского спроса
- Потеря качества и объема ряда изданий, особенно в регионах
- Рост цен на услуги дистрибуции
- Дорогие кредиты, сокращение внешних и внутренних инвестиций
- Возврат к нецивилизованным методам на рынке (откаты, демпинг, «серые» схемы, пр.)

Итоги кризиса: оздоровление

- Исчезли неперспективные проекты, все ведущие участники рынка сохранили бизнес
- Тяжелые условия 2009 года позволили многим компаниям оптимизировать расходы и остаться в зоне прибыли
- Производственные расходы, расходы на персонал удалось вернуть к реальности от завышенных уровней 2007-2008 годов
- Рост конкуренции и поиск новых доходов и моделей бизнеса, борьба за клиента и за бюджеты
- Издатели объединяются для решения общих проблем и отраслевого диалога с партнерами – полиграфистами, бумажниками, дистрибуторами

Итоги 2010:

ВОССТАНОВЛЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ

- Поступательный рост рекламного рынка
- Рост объемов и полосности изданий
- Рост объемов полиграфических услуг, возвращение ряда изданий в российские типографии после снижения таможенных пошлин
- Рост продаж прессы по сегментам изданий
- Рост расходов на разработку и развитие новых издательских продуктов, в т.ч. для iPhone и iPad
- Рост расходов на обучение сотрудников
- Рост количества вакансий

Итоги 2010: негативные тенденции

- Плавный рост цен на прессу (~ 8-10%)
- Доля прессы в оборотах розницы сокращается
- Стагнация подписки и тенденция к сокращению совокупного подписного тиража
- Рост тарифов ГЦ МПП
- Рост цен на бумагу (газетную и мелованную)
- Рост стоимости печати
- Региональные рынки восстанавливаются медленнее, малые рынки – быстрее миллионников

2011: год перелома?

- Инфляция тарифов госмонополий
- Рост цен на бумагу (газетную и мелованную)
- Рост цен на прессу (увеличение страховых взносов)
- Стагнация подписки и сокращение совокупного подписного тиража
- Рост тарифов ГЦ МПП
- Рост стоимости печати (Флорентийское соглашение и продление снижения пошлин)
- Кризис модели издательского бизнеса продолжается.

БУМАГА

- **Общая ситуация на бумажном рынке в России**
 - в России **снижены таможенные пошлины** на мелованные бумаги (пока 4 кода) с 15 до 5% до февраля 2011.
 - предложение по чистоцеллюлозным мелованным бумагам по-прежнему превышает спрос, в 2010 он неравномерный, резкие всплески и падения
 - **рост цен** – как на отечественную газетную бумагу, так и на мелованные бумаги, что частично в России компенсируется снижением ввозных таможенных пошлин

БУМАГА

- **Объемы производства и поставок газетной и мелованной бумаги на российский рынок**
 - *Газетная бумага: объемы отечественного производства за 2009 г. существенно не пострадали и за 2010 г. почти не изменились*
 - *Прогноз-2011: сохранение объемов производства и постепенный рост потребления отечественной газетной бумаги.*
 - *Мелованная бумага: в 2010 г. наблюдается рост импорта 50%*
 - *Прогноз-2011: возможно продолжение роста импорта мелованных бумаг (зависит от продления ставки пошлин)*

БУМАГА

- Увеличение \ уменьшение стоимости бумаги в 2010 г., прогноз 2011 г.
 - Газетная бумага: **ситуация заметно отличается у отечественных и зарубежных производителей** – в России постепенный рост, в Европе - снижение
 - Прогноз 2011: **рост 10-15% на отечественную бумагу**
Цены на мелованную бумагу в 2009 г. имели тенденцию к снижению, с середины 2010 г. повышение ~ на 8-10%
 - Прогноз 2011: тенденция к росту, дефицита точно не будет
 - Динамика рынка и стоимость бумаги зависит от продления **решения ФТС по взиманию пошлин**

ПОЛИГРАФИЯ

■ Общая ситуация

- Мощности по-прежнему превышают спрос и серьезно недозагружены, в кризис выжили лидеры
- Консолидация и развитие производственных мощностей в ведущих российских типографиях
- Решение ФТС привело к росту стоимости заказа
- Серьезный рост конкуренции, **демпинг** в борьбе за клиентов – предложение лучших условий, прямой выход на клиентов, скидки
- Тренд по региональным типографиям совпадает с ростом рекламного рынка регионов
- **Снижение пошлин**: ряд издателей перешли на печать в России, другие получают компенсационные скидки в зарубежных типографиях

ПОЛИГРАФИЯ

- **Открытие новых типографий \ закрытие существующих**
 - *Глобальных изменений (открытие и закрытие ролевых типографий) на российском рынке не отмечено.*
 - *Изменения коснулись состава оборудования отдельных типографий*
 - *В 2010 г. объемы печати периодики для России в зарубежных типографиях сократились на 8%*
 - *Решение ФТС по взиманию пошлин может усилить позицию зарубежных типографий*

ПОЛИГРАФИЯ

- **Динамика печатаемых объемов и стоимости типографских услуг, прогнозы-2011**

- *Стабилизация и рост за счет восстановления рекламного рынка*

Прогноз: *рост производства в 2011 г. на 6-8%*

- *Снижение ввозных таможенных пошлин, оживление рынка и рост спроса на услуги российских журнальных типографий могут повлиять на рыночную ситуацию*

- *Роста стоимости типографских услуг не было и не ожидается, снижение пошлин на 10% привело к снижению конечной стоимости заказа на 5-6%*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Динамика объемов продаж (газеты \ журналы)**
 - В 2010 г. наблюдался рост продаж относительно 2009 года, в первую очередь, ТВ-гидов и патворков
 - Падения доходов дистрибуторов от реализации не отмечается, снижение количества изданий и ряда тиражей компенсируется ростом продаж изданий-лидеров и продажей сопутствующих товаров
 - *Рост доли сопутствующих товаров в обороте (до 35-50% на грани разрешения)*
 - Ситуация стабилизировалась, ожидается постепенный рост тиражей в 2011 году при стабильной экономике
 - В супермаркетах по-прежнему высокий порог входа для издателей

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Оценка динамики спроса населения на печатную продукцию**
 - *Смещение спроса в пользу более дешевых изданий*
 - *Рост спроса на деловые, информационно-аналитические, рекламно-информационные издания*
 - *Рост интереса на развлекательную периодику – ТВ-гиды, кроссворды, кулинария, спорт, пр.*
 - *Рост интереса к издания с практической информацией – садоводство, трудоустройство и пр.*
 - *Рост спроса на патворки, книжные и др. коллекции издательских домов*
 - *Спад спроса на гляцевые издания, журналы о стиле жизни и моде*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПОДПИСКА

▪ Оценки \ прогнозы

- Тенденция повышения спроса на дешевые издания, сокращение корпоративной подписки
- **Стагнация и сокращение подписных тиражей**, за редким исключением изданий, по которым проводятся специальные стимулирующие акции
- Издатели повышают отпускные цены на подписку, агентства повышают тарифы, проблемы с платежеспособностью некоторых агентств
- Закрытие альтернативных подписных агентств, открытие фирм-однодневок и невыполнение ими обязательств
- Важно сохранить почтовые тарифы и тарифы ГЦ МПП на 2011-12 гг., распространение 10% НДС на подписку

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Общая ситуация \ прогнозы по динамике рекламного рынка**
 - *Пресса показывает хорошие темпы роста, в первую очередь – газеты и еженедельники*
 - *По сегментам прессы динамика продаж разная: ТВ-гиды значительно превосходят показатели 2009 г., другие сегменты все еще не вышли на уровень 2009 г.*
 - *В 2010 г. прирост рекламных сегментов финансовых и страховых организаций, производителей продуктов питания, лекарств и БАДов.*
 - **Реклама на региональных рынках пока не восстанавливается.** *Непрозрачность и отсутствие информации об объемах размещенной рекламы в регионах снижает долю прессы в рекламных бюджетах*
 - *В среднем тарифы на рекламу неизменны, есть прайсовое увеличение цен, но фактическое – падения за счет демпинга, спецпредложений, увеличения средних размеров скидки*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Оценки \ прогнозы по данным медиаизмерений**
 - Сокращение количества измеряемых СМИ, недоверие ряда издателей к результатам данных волн National Readership Survey (NRS) TNS Россия
 - Наблюдается перераспределение аудиторий в пользу лидеров сегментов за счет аутсайдеров
 - Локальные измерения существенно сокращены из-за отсутствия финансирования
 - Издатели серьезно думают о практике моделирования аудитории ряда изданий на данных Бюро тиражного аудита «АВС»

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

Бюро Тиражного Аудита (ABC)

Главная цель:

- Содействие прозрачности и формированию цивилизованного рынка печатных СМИ;
- Предоставление аудированных тиражных данных всем заинтересованным участникам медиарынка: издателям, рекламодателям, рекламным агентствам, представителям читательской аудитории.
- Формирование отраслевой информационной базы данных для эффективного планирования рекламных размещений практически в любых категориях печатных СМИ;

ABC осуществляет:

- Независимую экспертизу (аудит) тиражей и географии реального распространения печатной периодики.

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

*В мире работает **41 бюро тиражного аудита** (Audit Bureau of Circulations, ABC), они представляют 38 стран.*

Зачем тиражный аудит издателям

- Возможность привлечь дополнительные рекламные бюджеты, повысить доверие рекламодателей, инвесторов,*
- Получение независимого подтверждения тиражей и каналов их распространения для рекламодателей, инвесторов, гос. и муниципальных ведомств*
- Для изданий, не включенных в измерения TNS, - возможность попасть в базы данных рекламодателей;*
- Для бесплатных изданий – подтверждение реального контакта с аудиторией.*

САЛЫГИН Сергей Николаевич
Глава представительства ГИПП в УФО

+7(922) 609 1625

saligin@isnet.ru

gipp-ural@yandex.ru

www.gipp.ru