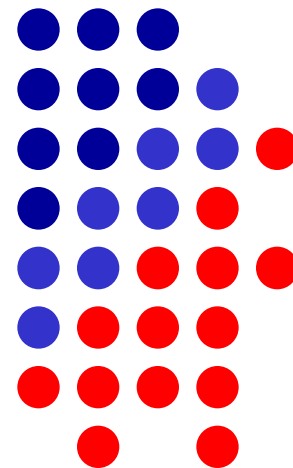


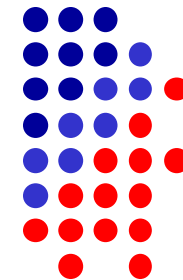
Всероссийская конференция
«Новые модели и технологии распространения прессы.
Изменение отношений между издателями и
распространителями»

ОАО «Роспечать»
Челябинской области в условиях новой
экономической ситуации



ОАО «Роспечать» г. Челябинск
директор по управлению продажами Д.В. Семеров

г. Москва 2-3 ноября 2009 г.



Издательство

**АРГУМЕНТЫ
ИФ
АКТЫ**

ТРУД

ЭкстраМ

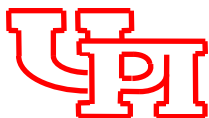
Типографии

**МЕДИА
ПРЕССА**

ЭкстраМ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС

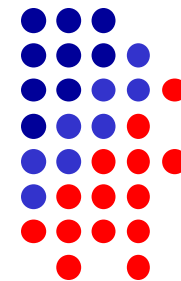
Дистрибьюция

АРИА-ИФ



Группа компаний

АРИА-ИФ



13 лет на рынке распространения прессы

Более 2 300 киосков в 15 регионах страны

Более 7 000 сотрудников


В группу компаний входят:

«АиФ-Пресс» (г. Москва) –


более 200 торговых точек

ЗАО МОП «Союзпечать» (Московская обл.) –

более 800 киосков в Московской обл.

 МЕТРОПРЕСС СПб (г. Санкт-Петербург) –

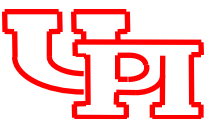
150 киосков, 35 минимаркетов прессы

 «ОАО Роспечать» (Челябинская область) –

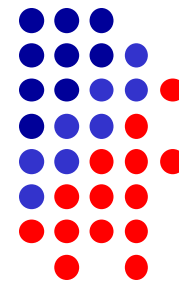
800 торговых объектов
(киоски + супермаркеты)

а так же:

Розничные сети в Калмыкии, Курской, Орловской, Смоленской, Оренбургской областях, в Астрахани, Кирове, Костроме, Ярославле, Ульяновске, Пскове и Тюмени



Уральский Федеральный округ



- Количество субъектов – 6, количество городов - 120
- Занимаемая площадь – 1 788 900 кв.км
- Численность населения – 12 240 382 чел.
- Плотность населения – 6,8 чел./ кв.км

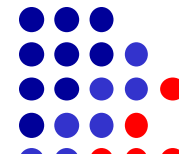
Субъекты ФО	S (тыс. кв.км)	Население (тыс.чел.)	Плотность (чел./кв.км)	Уровень урбанизации (%)	Кол-во населенных пунктов от 10 до 500 тыс.чел.
Свердловская обл.	194,3	4 394,6	22,6	83,0	40
Челябинская обл.	88,5	3 508,7	39,6	81,4	30
Тюменская обл.	1 464, 2	3 398,9	2,3	79,6	9
Ханты-Мансийский АО	534,8	1 519,9	2,8	91,5	23
Курганская обл.	71,5	960,4	13,4	56,5	9
Ямало-Ненецкий АО	769,3	543,7	0,7	84,9	9

Источник: [www. Wikipedia.ru](http://www.Wikipedia.ru)

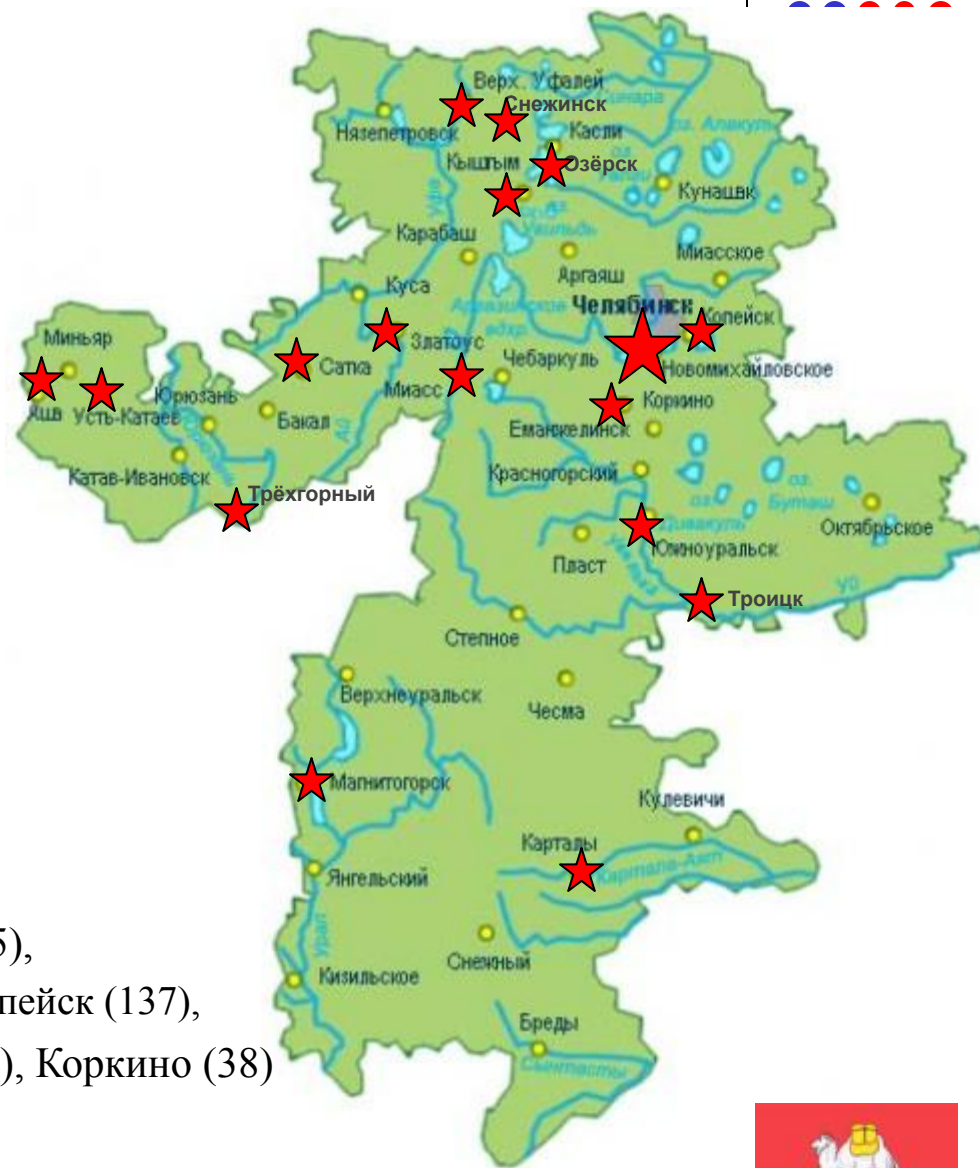




Челябинская область



- Площадь области – 88 529 км²
 - Население области – 3508,7 тыс. чел.
 - В т.ч. население Челябинска – 1094 тыс. чел.
 - Плотность населения – 39,6 чел/км²
 - Уровень урбанизации – 81,4%
- Ближайший филиал – 20 км.
 - Удалённый филиал – 350 км.



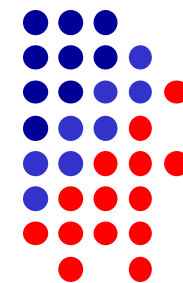
Областные города

с численностью более 50 тыс.:

Озерск (87), Троицк(82), Снежинск (50), Сатка (45),
Магнитогорск (409), Златоуст (189), Миасс (153), Копейск (137),
Чебаркуль (43), Кыштым (40), Южно-Уральск (38), Коркино (38)

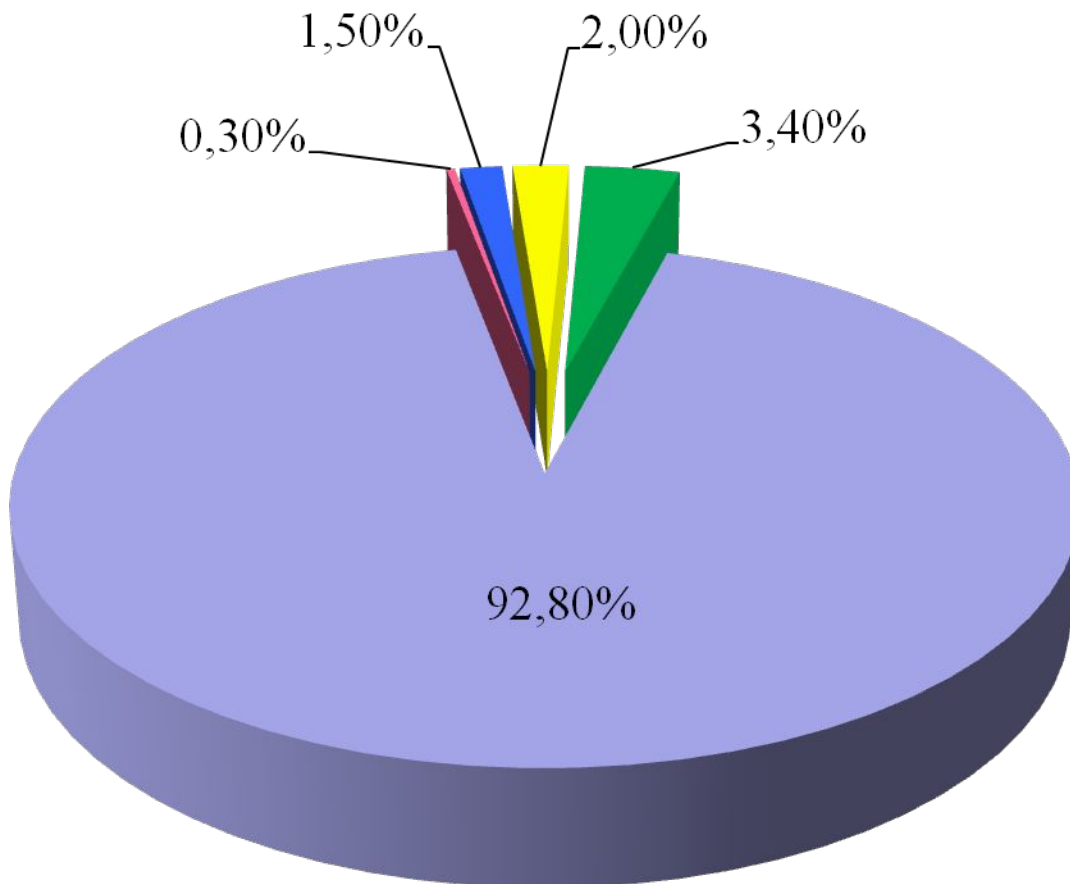


Структура рынка дистрибьюции Челябинской области на 2009 год

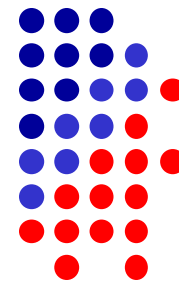


Товарооборот

ООО «АЗБУКА»	92,8%
ООО «Межрегиональное агентство подписки» (МАП)	3,4%
ООО «Сейлс»	2,0%
ООО «Центр дистрибуции прессы» (ЦДП)	1,5%
ООО «ТОП-Книга»	0,3%



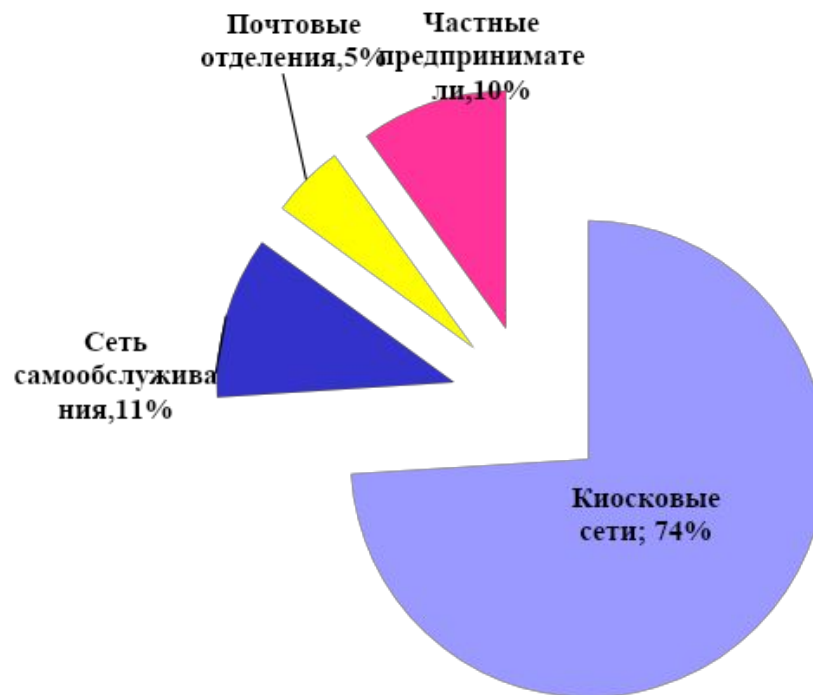
Структура розничного рынка федеральных изданий 1 полугодие 2009 г.



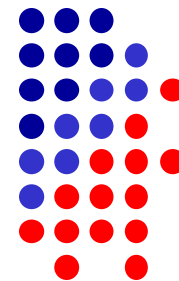
По количеству торговых объектов



По товарообороту



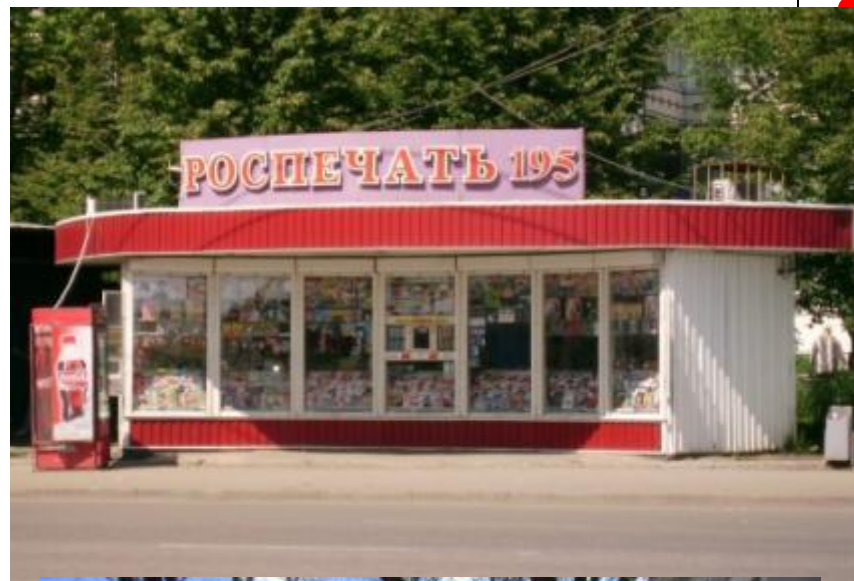
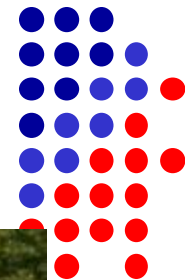
ОАО «Роспечать» Челябинской области



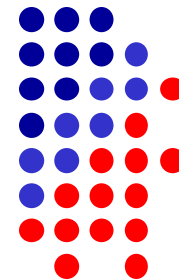
- ✓ Численность сотрудников - 2077
- ✓ Количество филиалов в области - 16
- ✓ Количество торговых объектов – 650



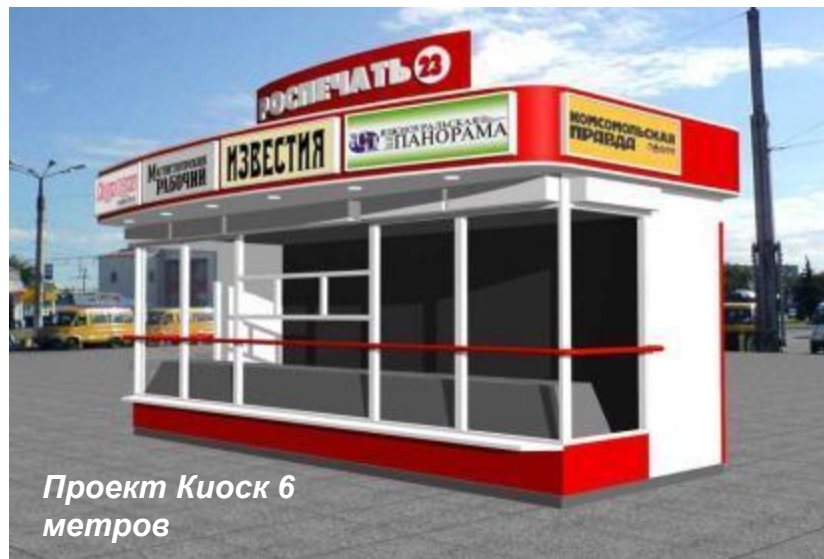
Типы киосков



Новые проекты киосков



Проект Киоск 5 метров



Проект Киоск 6 метров



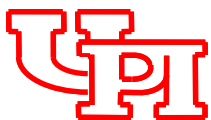
Проект Киоск «Овал» 9 метров



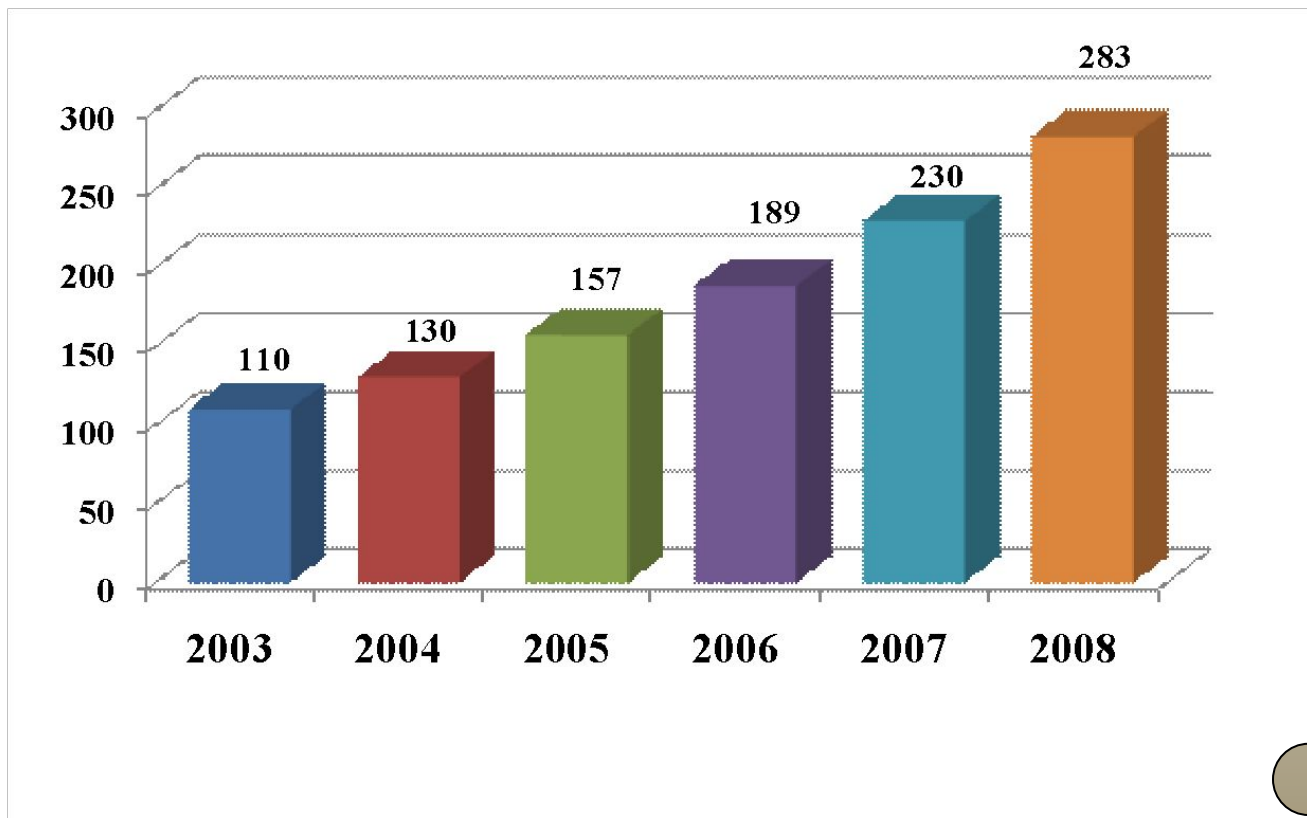
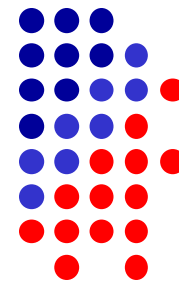
Проект Киоск «Круг» диаметр 4 метра

Основной принцип: Стандартизация!!!

1. Материалов
2. Стёкол
3. «Лодок» с логотипом Роспечать
4. Тамбурной системы разгрузки товара
5. Лайтбоксов для рекламы



Динамика товарооборота за пять лет



Прирост

2004 – 18,33%

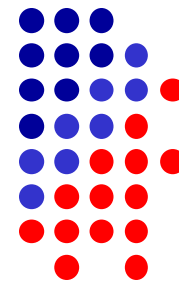
2005 – 20,73%

2006 – 19,75%

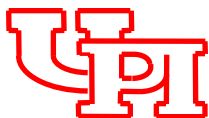
2007 – 21,92%

2008 – 23,27%

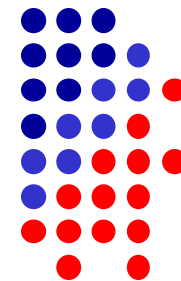
Экономические реалии на рынке распространения России в 2009 году



- ✓ Увеличение налоговой нагрузки в с связи с переводом государством предприятий с численностью более 100 человек с ЕНВД на общую систему налогообложения (с 1 января 2009 года)
- ✓ Повышение издателем отпускных цен и уменьшение бюджетов на продвижение изданий на месте продаж
- ✓ Рост розничных цен на периодическую печатную продукцию
- ✓ Снижение покупательской способности населения



Увеличение налоговой нагрузки в 2009 г.



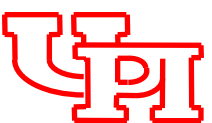
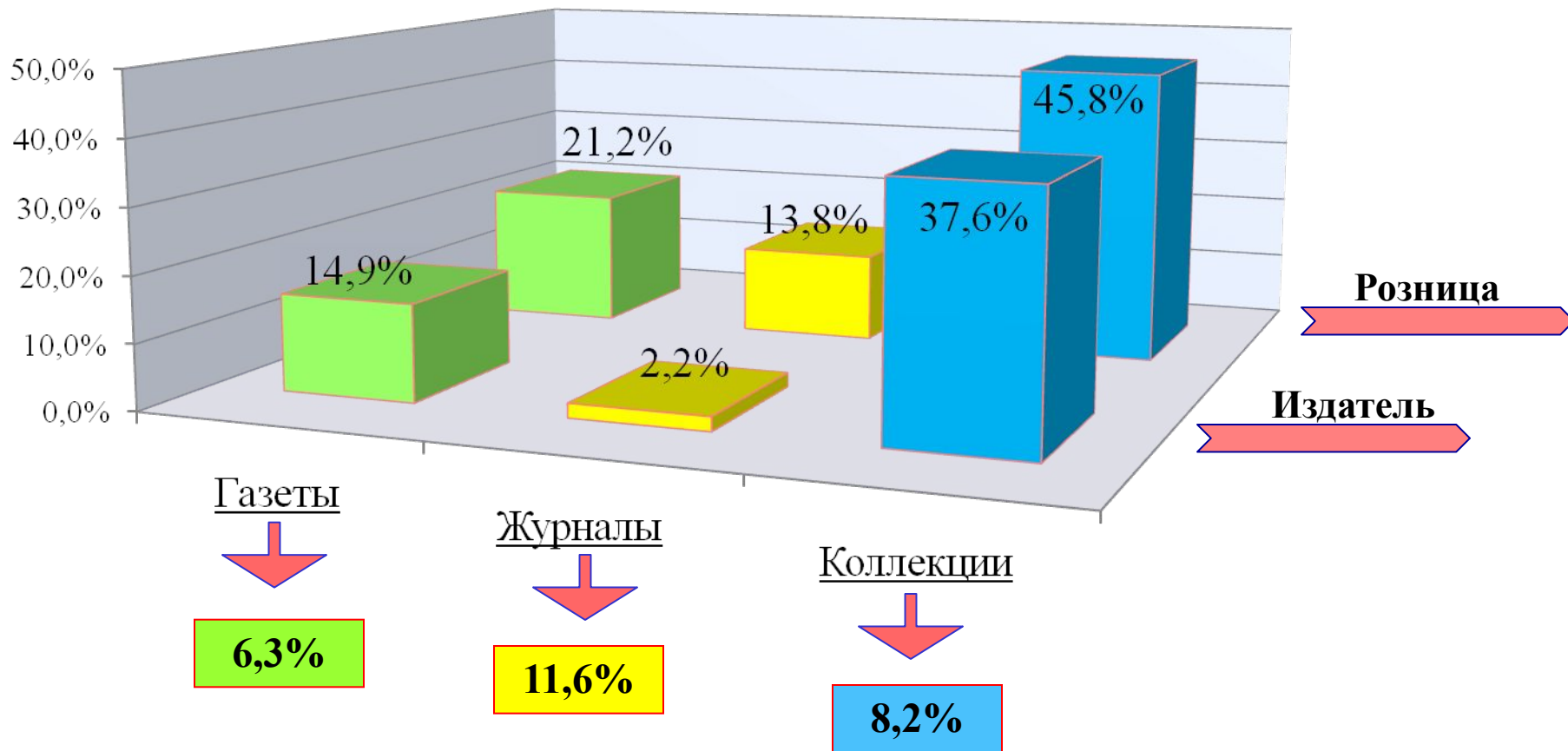
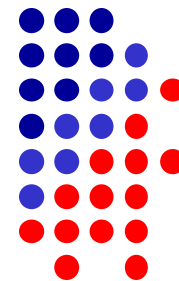
Вид налога	1 полугодие 2008		1 полугодие 2009	
	Ставка	Налог	Ставка	Налог
ЕНВД		779		-
Отчисления (ЕСН, ОПФ)	14,2%	6 793	26,2%	14 082
Налог на прибыль	24%	1 492	20,0%	6 178
НДС	18%	1 218	10%, 18%	18 011
Транспортный налог		18		24
Налог на имущество	2,2%	5	2,2%	442
Прочие налоги и сборы		33		101
		10 339		38 839

Рост расходов на администрирование налогов – 5,6%

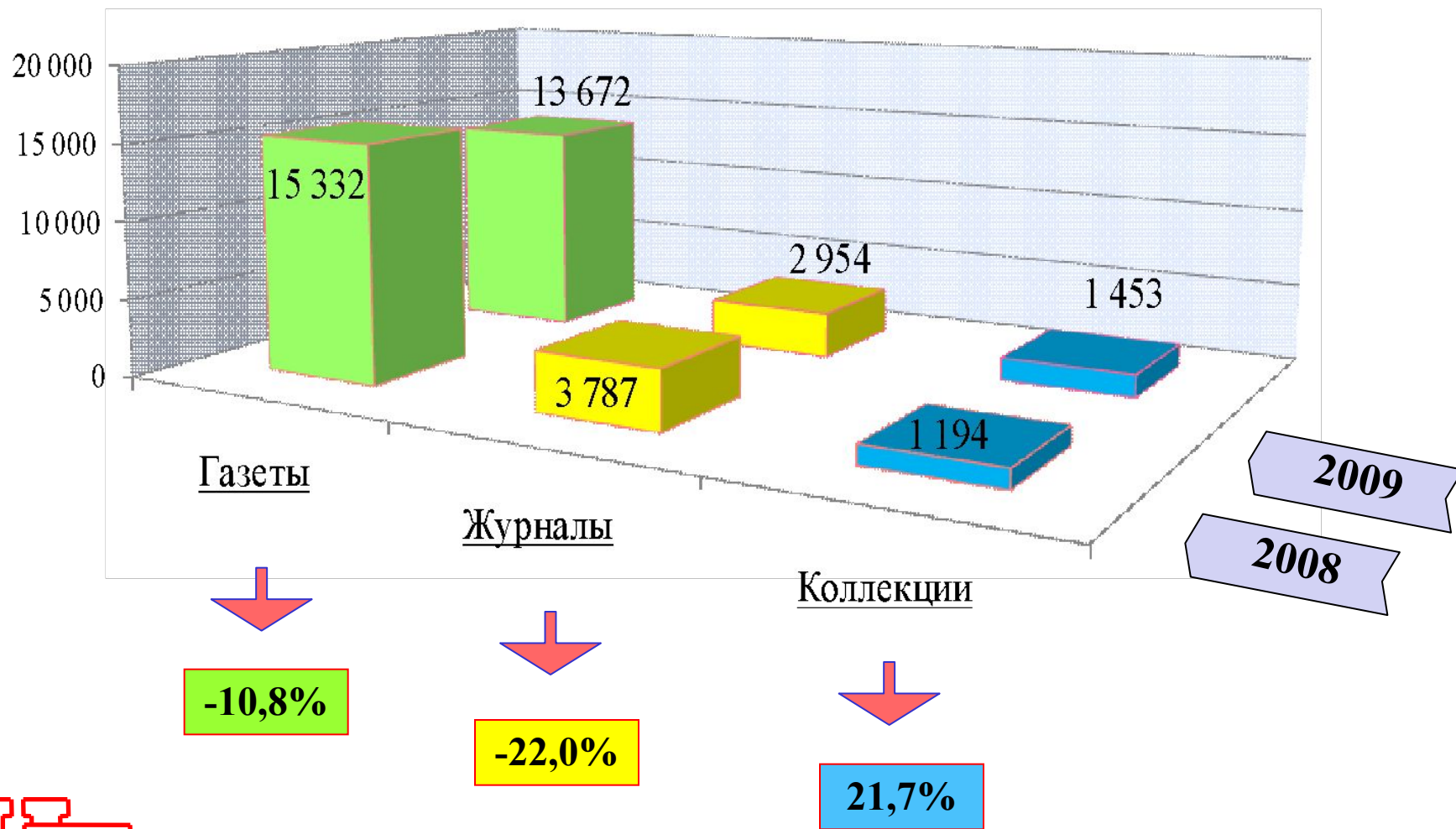
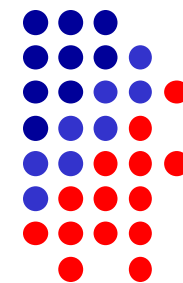
Увеличение налоговой нагрузки – 276% или **3,8 раз**



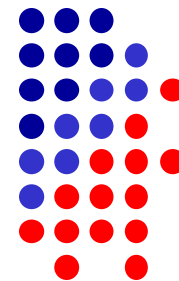
Изменение цен на периодическую печатную продукцию в 2009 году



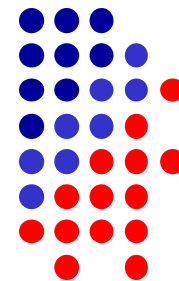
Падение продаж в экземплярах в 1 полугодии 2009 года



Динамика продаж прессы

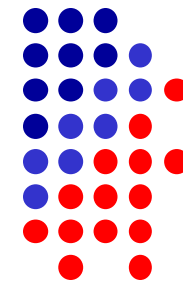


Экспресс-мероприятия, направленные на поддержание устойчивости предприятия

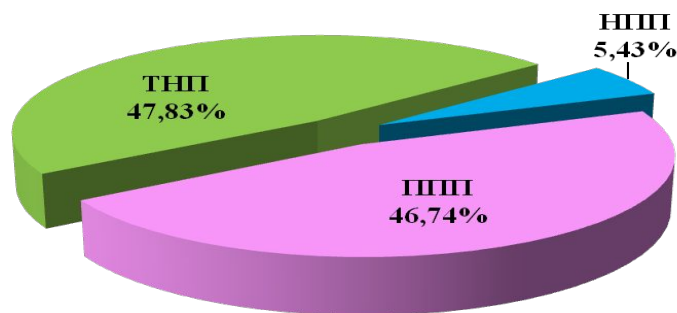


- Сокращение постоянных издержек
- Повышение розничных цен на прессу (20-30%)
- Сокращение инвестиционных программ
- Увеличение потока ввода новых изданий и товаров
- Снижение розничных цен на ТНП

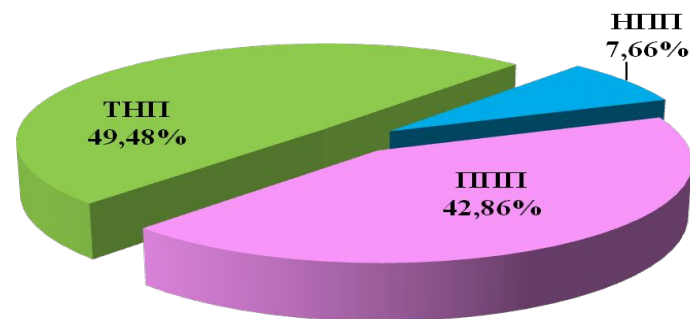
Структура продаж



2008
1 полугодие

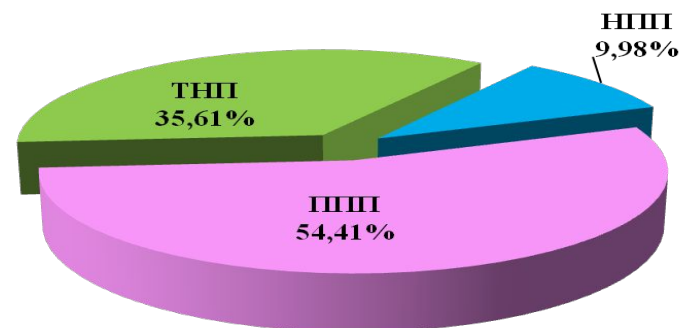
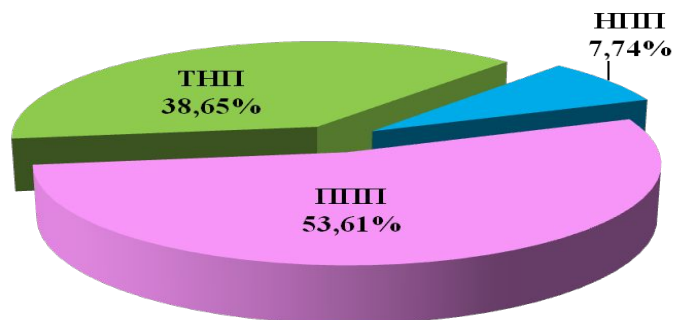


2009
1 полугодие

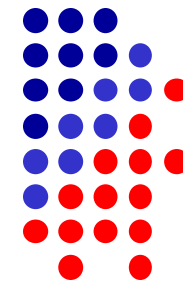


Товарооборот

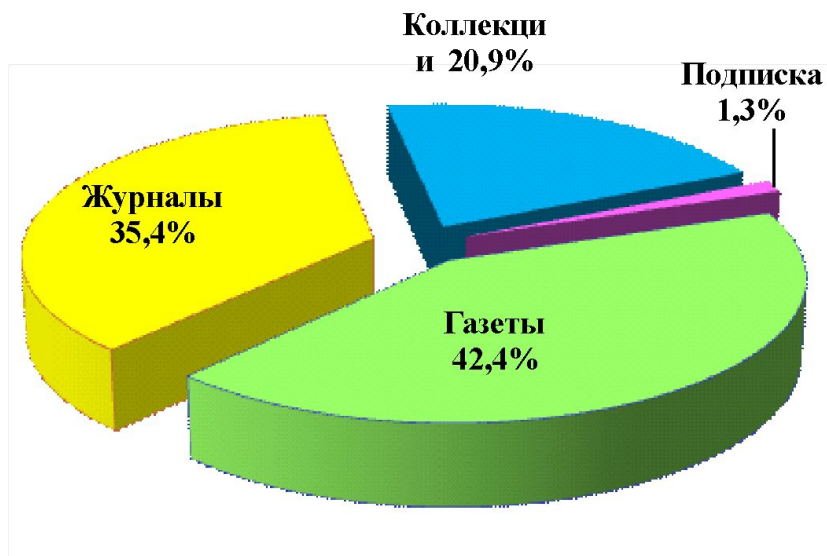
Валовый доход



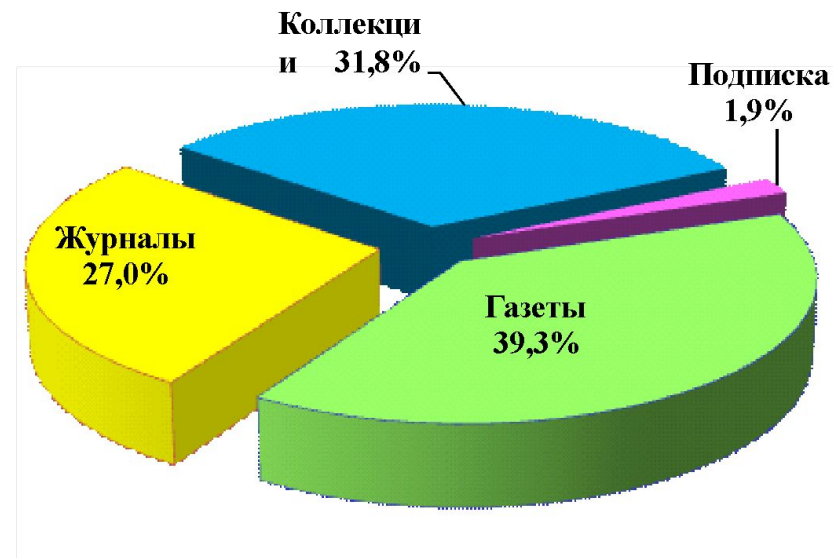
Структура продаж периодической печатной продукции (ППП)



2008



2009



Количество SKU

381

225

32

387

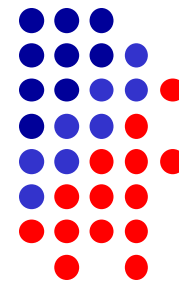
275

31

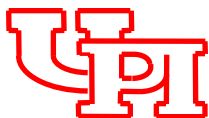


Периодическая печатная продукция (ППП)

Общие принципы управления классом

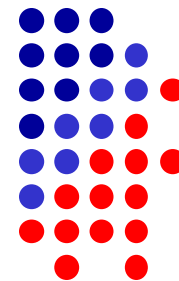


- ✓ Структурирование класса по тематическим группам
- ✓ Ранжирование групп по товарообороту и валовому доходу, закрепление категории А в планеграмме
- ✓ Сегментирование товара внутри групп по характеристикам (*цветность, форматность, полостность*)
- ✓ Определение эффективной розничной цены
- ✓ Ввод новинок только на тестовый период и закрепление в планеграмме
- ✓ Ротация ассортимента на основании положительного прогноза изменения валового дохода и товарооборота



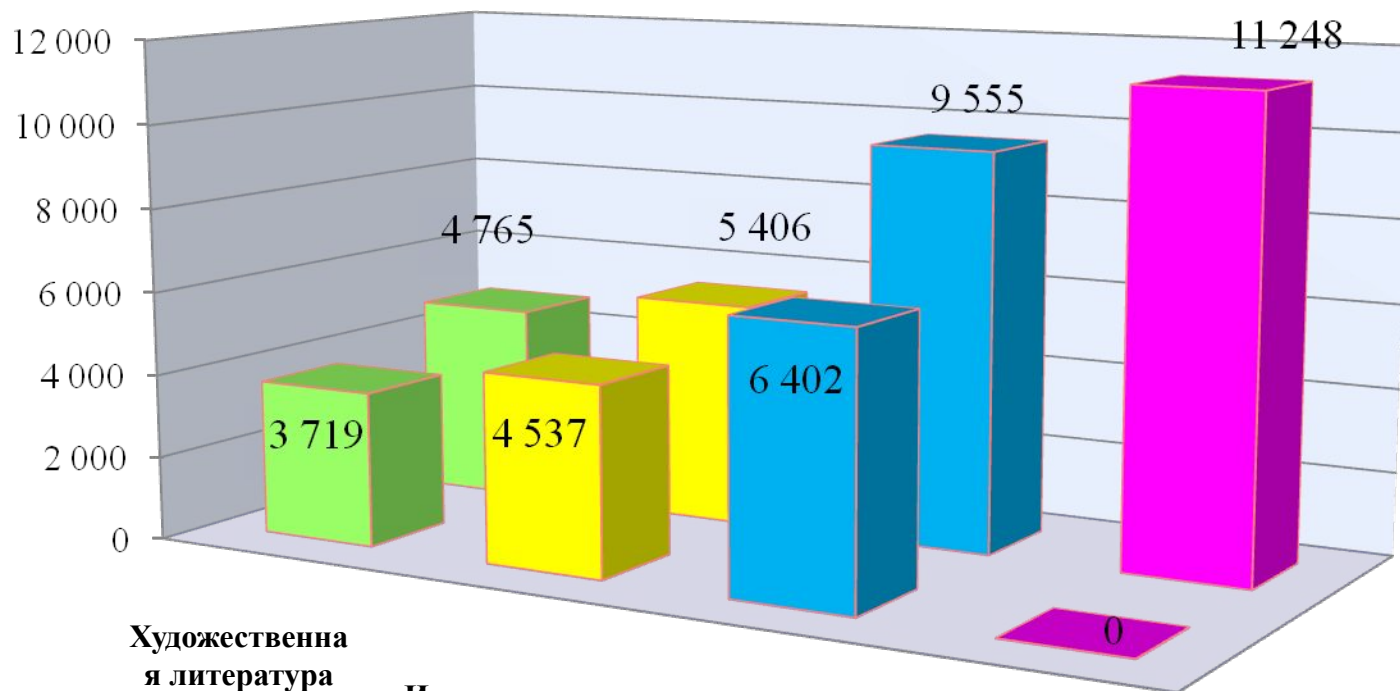
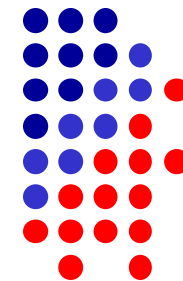
ППП

АВС анализ тематических групп по валовому доходу



№ п/п	Тематики категории А	1-ое полугодие 2008		1-ое полугодие 2009	
		Кол-во SKU	Доля в ВД категории	Кол-во SKU	Доля в ВД категории
1	Коллекции	32	26,5%	31	40,9%
2	Кроссворды	94	13,9%	109	13,1%
3	Информационные	33	13,3%	33	11,7%
4	Телегиды	5	12,4%	5	10,4%
5	Женские (общие)	34	8,5%	32	7,1%
6	Детские	44	3,9%	50	4,8%
7	Объявления	3	5,1%	3	3,4%
8	Светское	18	4,1%	20	3,1%
9	Здоровье	24	3,6%	31	3,0%
10	Кулинария	29	2,8%	39	2,6%

Динамика продаж неперIODической печатной продукции (НПП)



Художественная литература



28,1%

Изoproдукция



19,2%

Нехудожественная литература



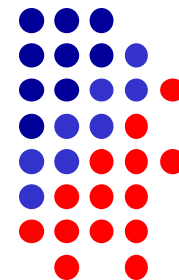
49,2%

Книжные коллекции

2009

2008





Сравнительный отчет объема продаж

Автор и название	объем продаж, шт.		
	Челябинск	Екатеринбург	Пермь
Акунин Шпионский роман	23 709	14 744	9 005
Браун Точка обмана	17 540	12 763	8 021
Шелдон Истинное лицо	16 056	12 802	7 309
Пикуль Тайный советник	17 447	12 763	7 422
Стругацкие Обитаемый остров	19 182	13 704	7 782
Солженицын Один день Ив.	14 273	12 180	7 237
Веллер Легенды Невского проспекта	19 894	13 335	8 272
Тарле Наполеон	16 222	12 036	7 769
Кинг Побег из Шоушенка	12 881	10 725	6 351
Задорнов Этот безумный мир	18 835	11 666	7 796
Тополь Красный газ	11 040	9 636	6 782
ИТОГО	174 198	136 354	83 746

Челябинск Екатеринбург Пермь

Численность населения области

3509
тыс.

4395
тыс.

2718
тыс.

Объем продаж штук
на 10 тыс. жителей

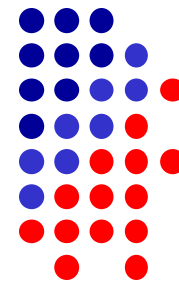
496
штук

310
штук

308
штук

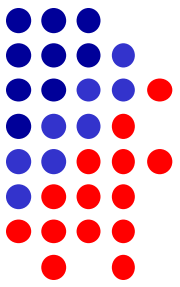
Эффективность - **60,7%**

Инструменты эффективных продаж книжной коллекции



- ✓ Централизованное управление каналами сбыта
- ✓ Выделение компетентных управленческих ресурсов (проектное управление)
- ✓ Рекламная поддержка в СМИ и на местах продаж
- ✓ Подготовка , обучение и ежемесячный инструктаж киоскеров и
категорийных менеджеров
- ✓ Снятие остатков два раза в неделю, организация допосылов
- ✓ Взаимодействие с категорийными менеджерами в филиалах, еженедельная
отчётность
- ✓ Приоритетная выкладка, специальный ценник
- ✓ Специальные премии по результатам продаж





Планограмма размещения продукции

Основные принципы размещения товара внутри планограммы:

1. Доходность

Разделение пространства на сектора -А, Б, В, где

сектор А - издания с высокой доходностью

сектор Б - средней доходность

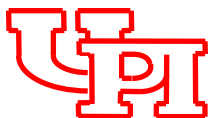
сектор В - ниже средней доходности

2. Форматность

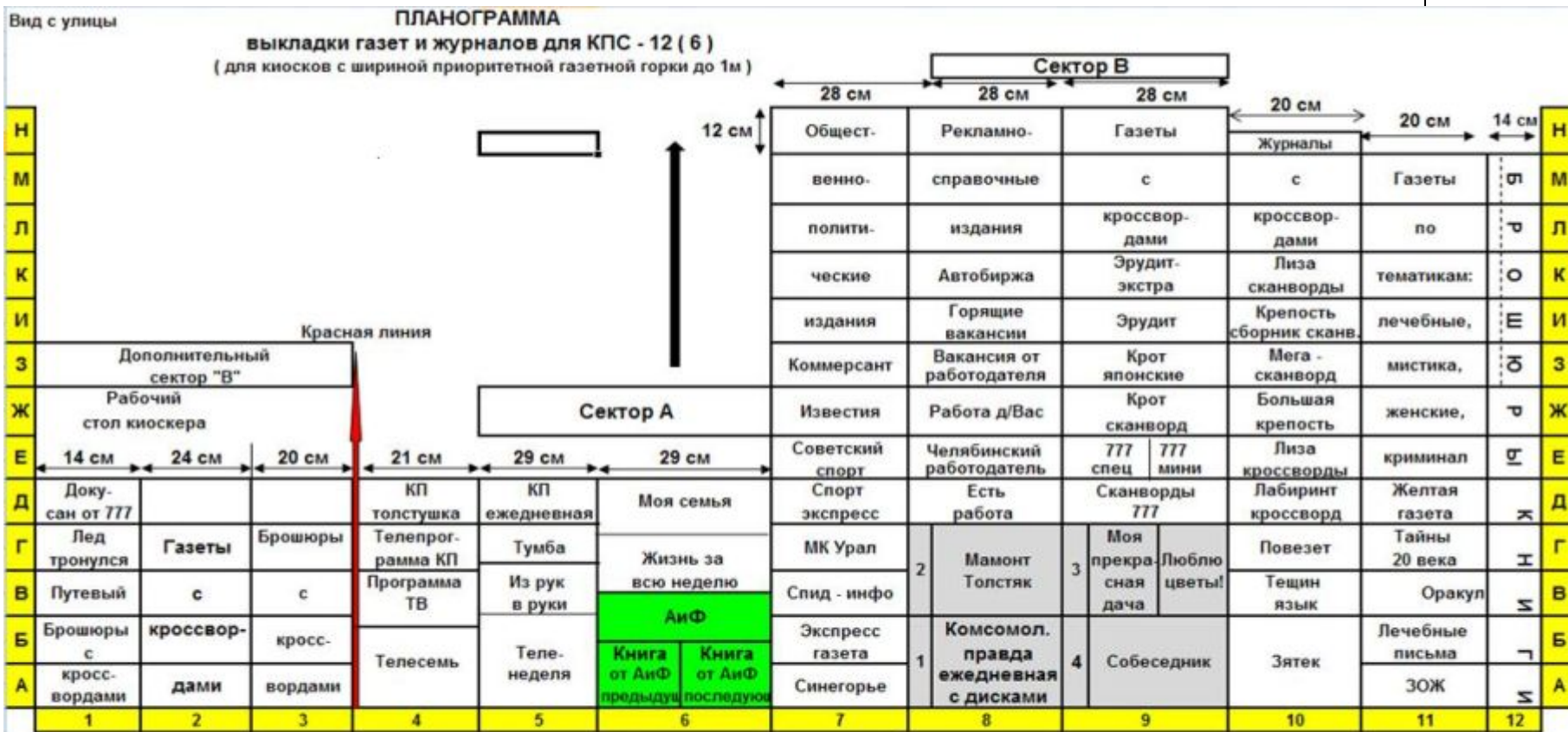
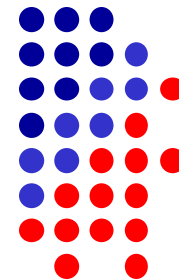
3. Тематика (товарное соседство)

Закрепление размещения продукции в планограмме

важный инструмент стабильности и прогноза продаж!!!



Пример газетной planoграммы



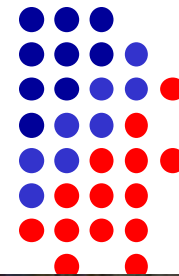
Примечания:

Стрелками указаны направления выкладки planoграммы.
Высота выкладки журналов с кроссвордами и газет малого формата - 8,5 см.
Погрешность в выкладке газетной полосы " + \ - " 2 см.

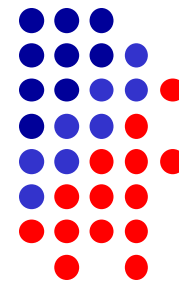
Сектор Б



Выкладка газет



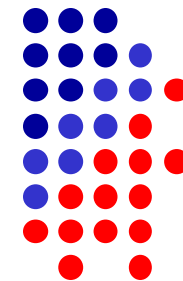
Инструменты продвижения продукции в сети



Рекламно-информационный щит («ухо») представляет собой конструкцию из трех окон на просвет (сквозная видимость), формата А3. Рекламные стенды крепятся по углам фасада киоска, слева и справа



Рекламно-информационные щиты



Киосковая сеть Челябинска:
- 191 правосторонних щита;
- 187 левосторонних щита;

Областная киосковая сеть:
- 346 правосторонних щита;
- 126 левосторонних щита;



В период с 06 марта по 06 апреля 2009 г. в правосторонних щитах г.

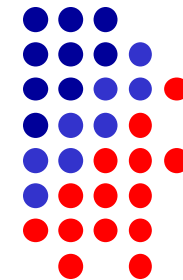
Челябинска был размещен плакат от газеты «Собеседник».

Результатом проведенных мероприятий стало увеличение проданных экз.

*газеты на **40%***



Стикеры



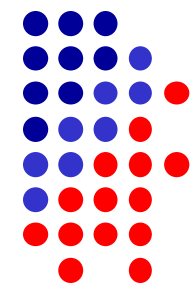
Базовый формат стикеров - высота 8 см, ширина 20 см; макс. длина стикера 80 см



В период с марта по май 2008 года в киосковой сети г. Челябинск и Челябинской области было размещение стикеров от газеты «Труд» под торговым окном. После первого месяца размещения стикера прирост проданных экз. газеты в среднем составил **23%**



Лайтбоксы



В настоящее время 63 киоска Челябинска оснащены лайтбоксами

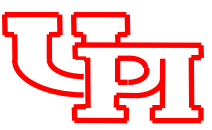
Формат плаката для лайтбокса 3А1; 841*1741 мм.

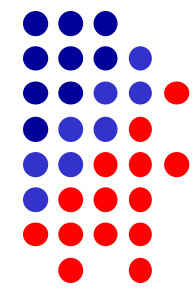
РУССКИЙ РЕПОРТЕР

Продажи **ДО** размещения плакатов Продажи **ПОСЛЕ** размещения плакатов

Три остановочных комплекса установлено в Челябинске, рядом с киосками Роспечати.

Каждый комплекс имеет по 4 витрины для плакатов формата 1,5*1,9м;



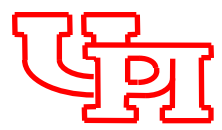


Приоритетная выкладка на горизонтальной поверхности киосков.

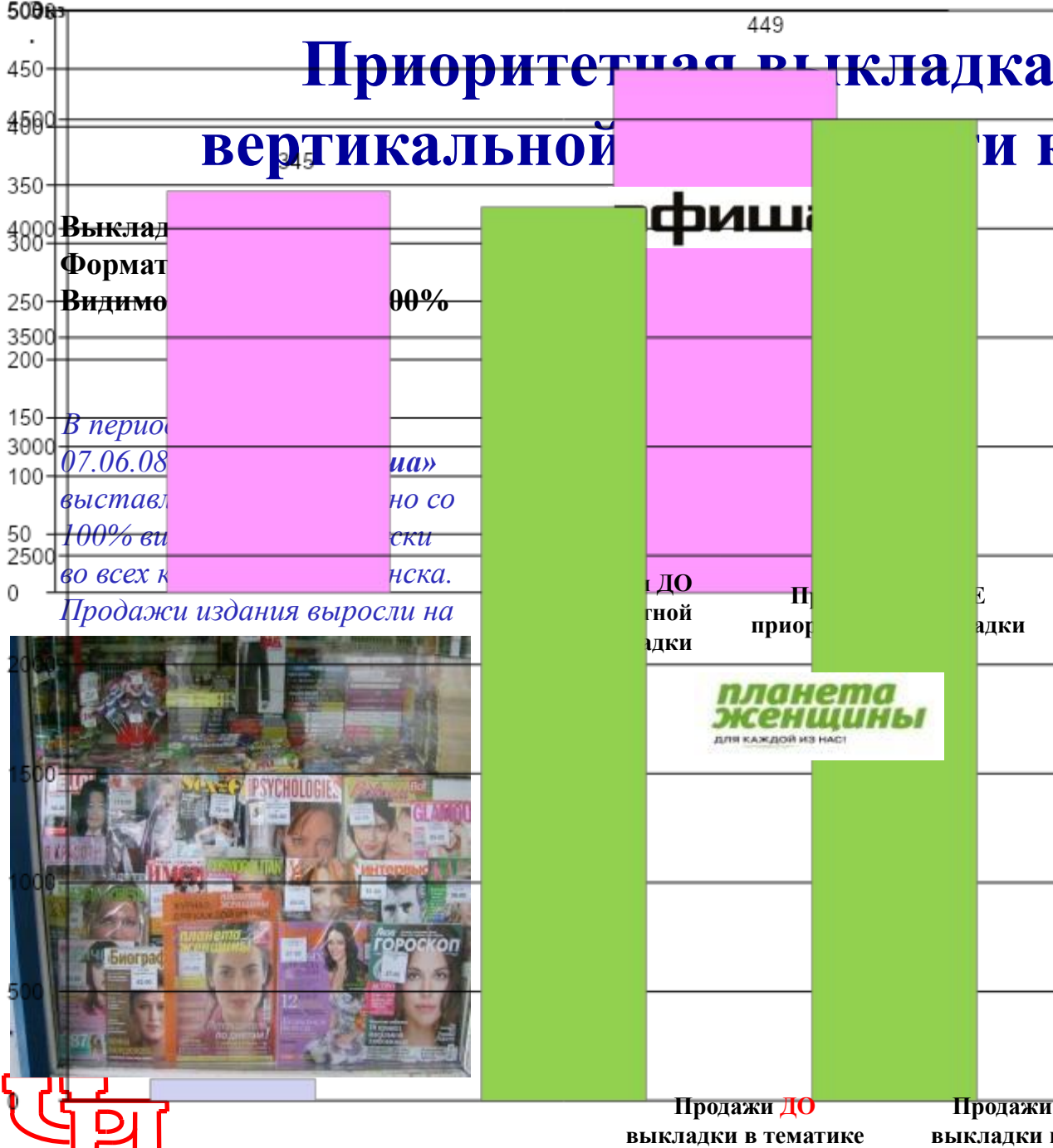
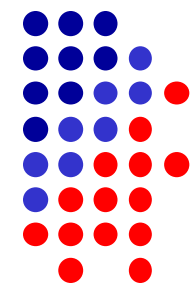
(процент видности выкладки зависит от формата издания)



После оказания услуг по приоритетной выкладке издания «Жёлтая газета» в киосках г. Челябинска и г. Копейска в марте 2008г., прирост продаваемых экземпляров составил **22,5%**



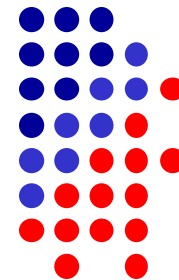
Приоритетная выкладка на вертикальной витрине киоска



Выкладка в тематической нише.
Видимость обложки до 100%

После размещения журнала «Планета женщины» в тематической нише в период март-апрель 2009г. в киосках г. Челябинска, прирост продаж составил 10%





ЗДЕСЬ ПРОДАЕТСЯ

ВАША ГАЗЕТА

**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ**

Спасибо за внимание!!!

Директор по управлению продажами ОАО «Роспечать» Челябинской области

Семеров Дмитрий Владимирович e-mail: dircom@rosp.uu.ru

