

Оценка текущей ситуации и перспектив развития рынка печатных СМИ на 2009 год

Подготовлено Ю.Г.Казаковой
по поручению Правления ГИПП

Москва, 25.11.2008

Цель опроса

- Сбор информации по текущей ситуации на рынке и обоснованных прогнозов на 2009 год
- Использование этой информации при планировании
- Возможное принятие антикризисных мер в индустрии медиасообществом и государством

Опрос участников рынка

- Бумага
- Типографские \ складские \ экспедиторские услуги
- Распространение: розница \ подписка
- Реклама и медиаизмерения

Особый статус для индустрии

- Социально-значимая продукция (пресса, книги) – доступный источник информации, образования и развлечения
- Отрасль СМИ – отрасль стратегического значения (с точки зрения законодательства об иностранных инвестициях)
- Поддержка государством и создание благоприятных условий для развития издательско-полиграфической индустрии?

Общая ситуация

- **Позиция ожидания на рынке, панические настроения**
- **Более-менее обоснованные прогнозы – в середине декабря**
- **Принятие первых мер реагирования всеми участниками рынка – снижение издержек, оптимизация**
- **Пока наблюдаемое снижение цен на энергоносители (прогнозируется повышение в 2009г – до 27%?)**
- **Резкое ухудшение условий текущего кредитования и платежеспособности**
- **Замораживание многих инвестиционных проектов**
- **Тенденции к монополизации рынка**
- **Тенденции возврата к нецивилизованному рынку (откаты, «серые» схемы)**

Факторы, которые могут привести к ухудшению ситуации

- **Возникновение всеобщей паники на рынке**
- **Рост транспортных расходов**
- **Рост цен на энергоносители**
- **Резкое падение потребительского спроса**
- **Демпинг по цене рекламы со стороны ТВ**
- **Неснижение % ставки по кредитам**
- **Непринятие мер в поддержку бизнеса**
- **Разобщенность участников рынка и непринятие совместных отраслевых решений, способствующих стабилизации**

Некоторые меры, принимаемые государством для всего рос. рынка

- С 28.11.2008 уплата налога на прибыль на основе фактической прибыли, полученной с начала года
- С 01.01.2009 оптимизация порядка начисления НДС по авансовым платежам
- С 01.01.2009 снижение на 4% налога на прибыль
- Не будет облагаться НДС ввоз технологического оборудования, если аналоги не производятся в РФ
- Минфину поручено разработать систему мер по поддержке бюджетов регионов России
- По упрощенной системе налогообложения регионы получат право снижать ставку с 15 до 5%
- До конца 2008 года поручение снизить до минимума текущую задолженность по НДС, заявленному к возмещению из бюджета
- Активизация антимонопольной политики и защиты конкурентной среды

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ БИЗНЕС

- **Закрытие нерентабельных проектов, отказ \ приостановление запусков новых проектов**
- **Объединение редакций \ слияния**
- **Сокращение полосности, тиражей, переход на более дешевую бумагу**
- **Первичное сокращение штата \ отпуска**
- **Сокращение \ замораживание зарплат**
- **Сокращение расходов на обучение (до 90%)**
- **Сокращение расходов на маркетинг**

БУМАГА

- Прогноз увеличения \ уменьшения стоимости бумаги
- Прогноз динамики цен в течение 2009 года
- Прогноз по объемам поставок на российский рынок
- Возможные изменения в связи с отменой ввозных пошлин на бумагу
- Рекомендации по покупке бумаги в конце 2008 - начале 2009 года
- Другие прогнозы комментарии

БУМАГА

■ Прогноз по стоимости бумаги

- Уже наблюдается сокращение цен на газетную бумагу средними производителями, пока на несколько %%
- Крупные российские производители газетной бумаги могут заморозить или снизить цены в условиях падения спроса
- Прогноз: в 2009 году газетная бумага может вырасти на 8-15% в руб., импортная газетная бумага – на 20-25% в евро
- Прогноз - 2009: в случае дефицита - повышение цен на мелованную бумагу на 7-15% в зависимости от типа поставки, **хотя оснований для повышения пока нет**
- На цены мелованной бумаги может повлиять отмена ввозной пошлины
- Цены на азиатские бумаги в долларах снижаются, но из-за длинной и дорогой логистики в центре России и пошлин отличие от европейских цен минимально
- Задолженности по оплате текущих поставок бумаги, отказы в отсрочках платежа

БУМАГА

■ Прогноз по объемам

- *Закрытие \ сокращение ряда производств*
- *Сокращение объемов газетной бумаги*
- *Сокращение спроса на мировых рынках*
- *Сокращение предложения на европейском рынке на 2 млн. тонн в год*
- *Снижение поставок на российский рынок*
- *Переход на более дешевые сорта бумаги: с мелованной на суперкаландрированную, с последней – на газетную*

БУМАГА

■ Рекомендации по закупкам

- *Полагаться на торговые отношения типографий с комбинатами, как правило, у них лучшие условия поставки*
- *Максимально по объемам оплатить бумагу по ценам 2008 года как минимум на полгода вперед (для крупных компаний)*
- *Не торопиться и отслеживать изменение цен, в т.ч. на импортную бумагу из Азии*
- *Если будут отменены ввозные пошлины, цены могут снизиться*
- *Многие типографии переходят на закупку бумаги только под предоплаченные проекты*

ПОЛИГРАФИЯ

- Прогноз увеличения \ уменьшения стоимости типографских, складских, экспедиторских услуг
- Прогноз по увеличению \ сокращению печатаемых объемов
- Открытие новых типографий \ закрытие существующих
- Прогнозы по печати в зарубежных типографиях
- Другие прогнозы \ комментарии по ситуации на полиграфическом рынке

ПОЛИГРАФИЯ

■ Стоимость услуг

- *Скорее всего, не изменится*
- *Возможен рост из-за инфляции и при росте тарифов на электроэнергию*
- *Типографии охотнее идут на обсуждение цен на заказ (скидки)*
- *Правила оплаты услуг ужесточаются*
- *Возможно некое снижение стоимости логистики из-за удешевления топлива*
- *Возможен рост коррупции, откаты*

ПОЛИГРАФИЯ

■ Прогноз по печатным объемам

- *В настоящий момент наблюдается снижение объемов производства*
- *Прогнозы по 2009 году: снижение в целом по рынку за счет сокращения спроса, несущественное снижение объемов или сохранение объемов в целом за 2009 год в отдельных крупных типографиях*
- *Рост объемов возможен из-за переводов заказов из зарубежных в российские типографии в случае отмены ввозных пошлин на мелованную бумагу*

ПОЛИГРАФИЯ

- **Прогноз по производственным мощностям**
 - *Появляются случаи ликвидации малых типографий*
 - *По отдельным типографиям - сокращение сменности и длительности рабочей недели, неплатежи и рост дебиторской задолженности*
 - *Приостановление многих инвестиционных проектов, связанных с покупкой оборудования и открытия новых типографий*
 - *Проблемы с оплатой приобретенного оборудования в кредит или по лизингу, отказы от заказанных машин, рост оборудования на вторичном рынке*
 - *В 2009 году ожидаются банкротства средних и мелких типографий, передел рынка и смена собственников*
 - *Наращивание \ сохранение мощностей в отдельных типографиях*

ПОЛИГРАФИЯ

- **Прогноз по западным типографиям и изменениям при отмене пошлин**
 - *При сохранении пошлин конкуренция российских и западных типографий будет обостряться*
 - *Возможна агрессивная ценовая политика (демпинг) со стороны западных типографий (в первую очередь, финских)*
 - *При отмене пошлин возможен рост спроса на офсетную печать с горячей сушкой на колондированных бумагах и открытия ролевых типографий*
 - *После отмены пошлин возможно повышение инвестиционной привлекательности российского издательско-полиграфического комплекса*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- Ситуация с продажами прессы в Москве и регионах
- Возможные изменения на рынке в связи с изменением налогообложения с января 2009г. (ЕНВД)
- Ситуация с продажами прессы в супермаркетах
- Прогнозы по срокам возврата денег издателям за реализованные тиражи
- Прогнозы по возможному изменению цен на печатную продукцию в течение 2009 года
- Текущая оценка динамики спроса населения на печатную продукцию
- Прогнозы по динамике изменения количества точек продаж прессы
- Прогнозы по стоимости услуг сетей распространения
- Прогнозы по закрытию \ расширению сетей \ сделкам по слиянию

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Ситуация с продажами прессы в Москве и регионах**
 - Сокращение маркетинговых бюджетов и избирательно ассортимента печатной продукции
 - Региональные распространители показывают сезонное повышение объемов продаж (+ 20%)
 - Ожидаемое падение бюджетов – до 30%, объемов – на 10-20%, закрытие ряда сетей
 - Пересмотр ассортимента, **требуется разрешение увеличения объема и оптимизация структуры сопутствующих товаров за счет товаров, пользующихся повышенным спросом (вода, табак, снековая продукция и пр)**
 - Во избежание падения продаж рег. распространители сами делают приоритетную выкладку рентабельных изданий и товаров (внутренний маркетинг без доп. оплаты издателями)
 - **Возврат к «серым» схемам, откаты за маркетинговые бюджеты, спекуляции на кризисе**

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Возможные изменения на рынке в связи с изменением налогообложения с января 2009г. (ЕНВД) – самая важная проблема**
 - *Монопольные компании перейдут на обычную систему налогообложения (сокращение прибыли, рост цен)*
 - *Многие компании поделятся, у них не будет серьезных изменений кроме увеличения документальной работы*
 - *Передел рынка в регионах, угроза банкротств, сокращение количества средних компаний*
 - *Рост цен (25-30%), возможны сокращение ассортимента и продаж, проблемы с платежами*
 - *Возврат к «серым» схемам*
 - *Сокращение инвестиций на модернизацию и IT*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

■ Ситуация с продажами прессы в супермаркетах - обвал

- *Из-за сложной ситуации с кредитами у супермаркетов отсрочка платежей до 120 дней, если вопрос с отсрочкой не будет решен – распространение в супермаркетах рухнет*
- *Рентабельность бизнеса у распространителей этого сегмента < 3%, маркетинговые бюджеты снижены издателями до 25%, по некоторым изданиям полностью*
- *В магазинах с нормальной платежеспособностью продажи будут расти, с плохой – падать, в тех, которые не платят – продаж не будет*
- *Закончены продажи в дорогих магазинах и магазинах с небольшими объемами*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Прогнозы по срокам возврата денег издателям за реализованные тиражи**
 - *Задержки издателям платежей более 3х месяцев за тиражи, проданные в супермаркетах, платежеспособные компании возвращают деньги вовремя*
 - *Начинаются **спекуляции** на рынке и тенденции к увеличению сроков возврата денег, хотя оснований у большинства компаний нет*
 - *Распространители задерживают платежи издателям в ответ на неплатежи за маркетинговые услуги*
 - *Практика предоплат за нереализованные тиражи в 2009 году будет сведена к минимуму*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Прогнозы по возможному изменению цен на печатную продукцию и услуги в течение 2009 года**
 - *Увеличение цен на прессу на 10-30% за счет увеличения распространителями наценки (как компенсация за маркетинговые не поступления)*
 - *Возможен некий рост цен в связи с изменением практики налогообложения (ЕНВД), но возможны и спекуляции на этом со стороны компаний, которых эти изменения серьезно не коснутся*
 - *Многие издатели будут использовать ценовую политику в обостряющейся борьбе с конкурентами*
 - *Цены на услуги распространителей, скорее всего, не изменятся*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- **Текущая оценка динамики спроса населения на печатную продукцию**
 - *В настоящий момент массового падения спроса на прессу не наблюдается, есть первые тенденции спада спроса на глянцевые, рекламные и дорогие издания (прежде всего, из-за ситуации с продажами в супермаркетах)*
 - *Прогнозы по пику его падения – весна 2009 года*
 - *Спрос перераспределится по тематикам и ценовым категориям прессы, ожидается сокращение продаж глянца, рост общественно-политической и деловой прессы*
 - *Прогнозируется спад покупательского спроса по группе глянцевых и рекламных изданий*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

■ Прогнозы по динамике изменения количества точек продаж прессы

- *Количество точек продаж сократится за счет супермаркетов и закрытия ряда сетей*
- *Закрытие ряда точек за счет сокращения объемов, штата, банкротств – как временное явление*
- *Возможно сокращение количества точек в Москве (дорого или сложно продлевать разрешения), открытие новых в ближайшее время не ожидается*
- *Поддержкой сетей может быть расширение ассортимента розничных сетей и объемов сопутствующих товаров, в частности, напитков*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, РОЗНИЦА

- Прогнозы по закрытию \ расширению сетей \ сделкам по слиянию
 - Сделки на рынке приостановятся
 - Закроются 7-10% компаний
 - Возможны слияния
 - Прогнозируются продажи сетей – непрофильных активов
 - Будут поглощения крупными игроками небольших компаний – **монополизация**

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПОДПИСКА

- Прогнозы по повышению стоимости услуг Почты РФ в конце 2008-2009г.
- Прогнозы по динамике подписных тиражей (почтовых и альтернативных)
- Прогнозы по финансовой ситуации в подписных агентствах
- Другие прогнозы \ комментарии

РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПОДПИСКА

■ Прогнозы \ комментарии

- *Возможно повышение тарифов на 2-е п\г 2009 года, если тарифы вновь не будут заморожены*
- *Если эти меры не будут приняты - подписка по карточной системе снизится, прежде всего, на центральную прессу*
- *По альтернативе – возможен незначительный рост*
- *Возможен рост (18-25%) услуг по перевозке ГЦ МПП (отмена действующих скидок на объемы перевозок), что скажется на цене изданий*
- *Возможно, улучшится качество доставки – не будет дефицита кадров и почтальонов, вакансии будут заполняться*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- Текущая ситуация и прогнозы по динамике темпов роста \ падения рекламного рынка (по сегментам)
- Текущая ситуация и прогнозы по динамике тарифов на рекламу в прессе и других рекламоносителях
- Возможные изменения в работе рекламных агентств
- Возможные изменения рекламных бюджетов по категориям и по ведущим рекламоодателям прессы
- Общие прогнозы по данным медиаизмерений (пресса и др. медиа)
- Другие прогнозы \ комментарии

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- Текущая ситуация и прогнозы по динамике темпов роста \ падения рекламного рынка (по сегментам)
 - *Тотальная неопределенность на рекламном рынке: временно заморожено принятие решений по рекламным бюджетам на 2009г.*
 - *Количество отказов от рекламных контрактов на декабрь у крупных операторов резко возросло*
 - *Практически все сделки по размещению рекламы на ТВ приостановлены*
 - *Рынок интернет-рекламы вырастет > 50%*
 - *BTL-реклама сократится на 5-20%*
 - *PR-рынок вырастет до 25%*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- Текущая ситуация и прогнозы по динамике темпов роста \ падения рекламного рынка (пресса)
 - Самая большая стагнация у рекламных изданий
 - Глянцевые издания собирают заложенные ранее в бюджет деньги, но ожидают снижения доходов
 - Переход к дозированному сезонному размещению со стороны крупнейших рекламодателей
 - Сокращение рекламных бюджетов до уровня 2002-2003гг
 - Сокращение темпов роста, но пока не объемов
 - Осложнилось подписание долгосрочных контрактов на 2009 г.

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Текущая ситуация и прогнозы по динамике рекламных тарифов**
 - *Рынок ТВ-рекламы – основной источник ценовой опасности для всех остальных рекламоносителей (возможный демпинг)*
 - *Цены на радиорекламу в 2009 году будут снижаться*
 - *Цены на наружную рекламу в 2009 году сохранятся или будут несколько снижены*
 - *Цены на интернет-рекламу сохранятся, но вероятнее вырастут на 10-15%*
 - *Пресса: разные прогнозы, м.б. увеличение по прайсам, но фактически - скорее снижение, спецпредложения на 2009 год, пакеты (+интернет)*
 - *Рост скидок, демпинг, откаты*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Изменения рекламных бюджетов по категориям и ведущим рекламодателям прессы**
 - *Прогнозируется сокращение рекламных бюджетов на прессу в целом*
 - *Самое большое снижение в сегменте банковских и страховых услуг (до 50-75%)*
 - *Снижение в сегменте недвижимости (до 30-50%)*
 - *Такой же спад – автомобильная реклама иностранных машин и соответствующие кредиты*
 - *Luxury-бренды – сокращение бюджетов на 30-50%*
 - *Также серьезное сокращение в сегментах туризма, дорогой техники, одежды, розничной торговли.*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Изменения рекламных бюджетов по категориям и ведущим рекламодателям прессы**
 - *Отказ от рекламы в прессе мелких и средних рекламодателей*
 - *Рост – российский автопром, бытовая техника, электроника, сотовая связь, компьютеры*
 - *Увеличение рекламодателей на рынке товаров повседневного спроса, прежде всего - питания*
 - *Сетевой ритейл – разнонаправленное движение, кто-то снижает бюджеты, кто-то наращивает в зависимости от финансов*
 - *Аптечный ритейл, медицинские услуги, БАД – без существенных изменений*
 - *Остальные сегменты пока не прогнозируют свое поведение на 2009 г.*

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

- **Изменения в работе рекламных агентств**
 - Резко сократится количество участников рекламного рынка, останутся крупные агентства со значительно сокращенным персоналом
 - **Опасность дальнейшей консолидации рынка и бюджетов** в руках крупнейших медиа-байеров
 - Новые формы работы (креатив за 24 часа) и сокращение расходов
 - Оперативное реагирование на запросы клиента и сокращение сроков размещения, повышение эффективности – положительный момент
 - Роль агентств на рынке прессы будет уменьшаться, тенденция к прямым контактам
 - Отказ со стороны агентств кредитовать своих клиентов

РЕКЛАМА, МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ

■ Прогнозы по медиаизмерениям

- Существенных изменений на рынке национальных медиаизмерений не ожидается
- Локальные измерения будут существенно сокращены, их не будут дотировать
- Возможно произойдет сокращение количества измеряемых СМИ
- Будет больше уделяться внимания отслеживанию эффективности рекламных контактов
- Возможно, стоит подумать над интеграцией ТВ, печатных и интернет-аудиторий

ВЫВОДЫ

- **Совместно сдерживать панические настроения в отрасли!**
- **Добиваться гос. поддержки и особого статуса для издательско-полиграфической индустрии**
- **Обратить внимание правительства на возможный рост тарифов на электроэнергию и транспортные расходы, как один из главных рисков негативного развития кризисной ситуации**
- **Добиваться снижения цен на газетную бумагу**
- **Добиваться отмены пошлин на ввоз мелованных бумаг**
- **Добиваться отмены НДС на ввоз технологического оборудования, если аналоги не производятся в РФ**

ВЫВОДЫ

- Добиваться исключения распространения прессы из ст. 158-ФЗ от 22.07.2008 (ЕНВД)
- Добиваться расширения ассортимента сетей распространения за счет напитков и др. сопутствующих товаров, увеличение их объема как временной меры для удержания цен на прессу и сохранения розничных сетей
- Пути решения ситуации с супермаркетами пока не ясны
- Добиваться замораживания подписных тарифов на 2е п\г 2009 года и сохранения скидок на тарифы по перевозке (ГЦ МПП)
- Лоббирование программы гос. дотаций местной почтовой доставки (последняя миля) в сельских и удаленных областях
- Начать переговоры с ТНС Россия по агрегированию печатной и интернет-аудиторий

Вопросы?

- **КАЗАКОВА Юлия,**
- **Исполнительный директор ГИПП**

- **+7 495 228 7697**
- **kazakova@gipp.ru**
- **www.gipp.ru**