

Доклад ГИПП на VIII Съезде СЖМ 25.12.2018 г.



Е.М. Шитикова. Фото Ильи Старикова

Доклад Союза предприятий печатной индустрии (ГИПП) на VIII Съезде Союза журналистов Москвы 25.12.2018 г.

Союз журналистов Москвы традиционно объединяет лучшие журналистские кадры, способствуя росту профессионального мастерства и защищая свободу слова.

Но сейчас нужно скорректировать задачи и объединить наши усилия. Иначе многим журналистам вскоре просто негде будет работать. Все отраслевые темы и проблемы надо не бояться поднимать в СМИ.

Число рабочих мест в печатных СМИ сократилось на четверть за последние пять лет.

При этом в интернет-СМИ нашли себя далеко не все.

По данным Роскомнадзора, количество действующих печатных СМИ в России уже составило 52 629 единиц, хотя еще несколько лет назад было 73 тысячи изданий. Вчера стало известно, что питерская спортивная газета «Спорт день за днем» перестает выпускать печатную версию.

Скукоживание рынка печатных СМИ сказывается на всей издательской цепочке: закрываются типографии, исчезают киосковые сети. Вы знаете, что с 2019 года прекращает работу крупнейшая типография в Европе «Экстра-М».

И прогнозы не утешительны: снижение доходов в прессе в 2019 году приведет к потере еще 15 процентов рабочих мест.

Рекламные доходы печатных СМИ падают последние 5 лет в целом на 8-10% в год. Законодательные запреты в области рекламы (ужесточение режима по рекламе БАДов, запрет на рекламу алкоголя, табака и пр.) в общей сложности сократили рекламные доходы газет и журналов примерно на треть. Сейчас в Совете Федерации работают над еще большим ограничением рекламы лекарственных препаратов в СМИ.

И если ранее пресса в составе российского рекламного пирога составляла 25% доходов, то сегодня это менее 4%. И, кстати, это не совсем объективная реальность: мировые тренды доказывают, что пресса – все еще весьма эффективный рекламоноситель, и на Западе доля печатных СМИ в медиамиксированно высока – до 15-19 процентов. Поскольку там сейчас идет обратный процесс – возврата и читателя, и рекламодателя в принт, от усталости и дефицита внимания в цифровых форматах.

Это за рубежом. А что же у нас?

Существенное увеличение стоимости производства газет и журналов из-за не прекращающегося роста цен на бумагу, полиграфию и логистику, а также падающая покупательская способность снижают востребованность печатных СМИ – тиражи сокращаются на 10-15% в полугодие.

Из-за насильственного регулирующего вмешательства муниципальных и региональных органов власти повсеместно наблюдается уничтожение специализированных объектов по продаже прессы (киосков). Если в 2004 году в России насчитывалось 42 тыс. таких торговых объектов, то в 2018 году – всего 16,5 тысяч.

Красноярск, Тверь, Брянск, Севастополь, Волгоград, Самара... список регионов, где идет настоящая война с киосками прессы можно продолжать долго... Особняком здесь стоит Москва, где усилиями Департамента СМИ сохранено почти две тысячи киосков прессы.

Немного ситуацию спасает неспециализированный ритейл, который прирастает торговыми объектами. В торговых сетях, по данным нашего последнего мониторинга, 16,7 тысячи магазинов торгует прессой. Однако – и это крайне важно – рост количества неспециализированных магазинов с прессой отстает от темпов закрытия специализированных киосков!

К тому же продажи прессы в ритейле сопряжены с большим количеством проблем: длительные сроки оплаты поставленного товара; отсутствие прозрачности продаж из-за сложностей физического возврата; малые торговые площади из-за низкомаржинальности прессы; нежелание в принципе торговать печатной продукцией. Пресса присутствует лишь в 22% сетевых продуктовых магазинов.

Послеотмены в 2014 году госсубсидий «Почте России» на покрытие убытков по доставке подписных изданий населению, подписной тираж российской периодики в абсолютном значении сократился с 1 млрд экземпляров в 2013 году до 500 млн экземпляров в 2017 году и продолжает падать. За первое полугодие 2018 года он снизился на 10% и в настоящее время составляет 450 млн. экземпляров.

При этом уровень инфляции за период с 2008 года по октябрь 2018 года составил порядка 90%, а рост тарифов ФГУП «Почта

России» на доставку подписки за тот же период – 231%. Подписные цены на прессу уже давно выше розничных – в пределах от 9 до 20 процентов.

Сказывается и недостаточность мер государственной поддержки индустрии печатных СМИ по сравнению с зарубежной Европой, Северной Америкой и рядом стран Азии, а также **несовершенство механизмов законодательного и административно-правового регулирования рынка печатной прессы**, плохо учитывающих специфику его функционирования (нереальные нормы списания нереализованных тиражей с возможностью отнесения затрат на себестоимость производства печатной продукции, необоснованному ограничению рекламы в ней, введение с 2017 года экологического сбора для издателей и пр.).

Улучшение бизнес-климата на рынке печатных СМИ России сегодня лежит не столько в плоскости наращивания прямой государственной финансовой поддержки, сколько в создании лучших условий для зарабатывания денег издателями газет и журналов за счёт оптимизации уже действующих законодательных и административно-правовых норм с учётом специфики ведения издательского бизнеса.

Чтобы попытаться решить некоторые из этих проблем, общественная организация Союз издателей ГИПП объединилась с Ассоциацией распространителей печатной продукции, а также полиграфистами и бумажниками. Мы стали Союзом предприятий печатной индустрии.

Не хватает только журналистов!

Мы понимаем, что сегодня невозможно пытаться решить проблемы одного звена нашей издательской цепочки, не рассматривая все ее сегменты в комплексе. Слишком мы взаимосвязаны, слишком много проблем у нас накопилось...

Наша сила в единстве.
**Поэтому мы готовы вступить в Союз журналистов
Москвы как юридическое лицо**



(при изменении Устава), чтобы наши совместные отраслевые усилия были более успешными.