

По инициативе АРПП на круглом столе говорили о судьбе подписки в России



Проблемам подписки был посвящен круглый стол, состоявшийся по инициативе Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП) 11 февраля 2016 года в конференц-зале ИД «Российская газета».

Представители Государственной Думы, ФГУП «Почта России», крупнейших издательских домов, подписных агентств и общественных организаций медиарынка высказали свое мнение о ситуации на рынке подписки и предложения по его развитию.

Открыл дискуссию Президент Ассоциации распространителей печатной продукции Д.В.Мартынов. Он обратил внимание на динамику соотношения подписных и розничных тиражей на российском рынке распространения прессы. В период массовой подписки 1980-х годов подписные тиражи превышали 80% совокупных тиражей печатной прессы. К 2005 году этот показатель снизился до 25%. После 2008 года, с началом выделения государственных субсидий для компенсации убытков ФГУП «Почта России», возникших из-за сдерживания роста тарифов на прием и доставку подписки, доля подписных тиражей выросла до 38%. После отмены госсубсидий в 2014 году доля подписных тиражей снова начала снижаться. При этом предпринимаемых государством и отраслевыми организациями усилий явно недостаточно. Например,

список изданий, имеющих основания для получения 15%-ой скидки на тариф по приему и доставке подписки, включает в себя не более 1% от общего количества зарегистрированных печатных изданий. Эксперты АРПП разработали и готовы вынести на обсуждение отрасли ряд предложений по улучшению ситуации на рынке подписки. Среди них – создание механизма прямого субсидирования подписчиков, внедрение различных форм льготной подписки, введение в подписке сквозного 10%-го НДС и проект создания подписных сертификатов.

Заместитель начальника Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Г.Н. Кудий обратил внимание на сомнительность попыток разработать критерий определения «социально значимых» изданий. По его мнению, все издания, действующие в рамках законодательства РФ, являются социально значимыми. В качестве механизмов развития рынка подписки он назвал государственное субсидирование и активное участие печатной прессы в избирательной кампании. Важной причиной сокращения подписных тиражей Кудий считает отсутствие на рынке заметных проектов по продвижению подписки.

Руководитель департамента подписки ФГУП «Почта России» М.А. Казаков представил «почтовый взгляд» на проблемы подписки в России. По его мнению, рост почтовых тарифов – не единственная причина сокращения подписных тиражей. Необходимы комплексные усилия по продвижению подписки. В качестве примера успешного маркетингового проекта М.А. Казаков назвал программу «Дерево добра», в рамках которой известные артисты, политики и другие публичные люди получили возможность оформить подписку для детских домов, домов престарелых и иных объектов благотворительности. Включение в число таких объектов школ и других

учебных заведений может сделать «Дерево добра» одним из интересных проектов продвижения подписки. М.А. Казаков подчеркнул, что благодаря усилиям ФГУП «Почта России» удалось достигнуть первого, начиная с 2014 года, положительного результата: подписные тиражи в кампании на второе полугодие 2016 года выросли на 4,2% по сравнению с тем же периодом прошлого года.

Депутат Государственной Думы РФ А.В. Туманов предложил издателям и распространителям печатной прессы объединить усилия для лоббирования отраслевых интересов. Директор краснодарского издательского дома «Околица» А.И. Терebuнова подчеркнула значение положительного опыта успешных издательских домов для современного рынка подписки, развивающегося в непростых кризисных условиях. Заместитель генерального директора якутского ИД «Ситим» В.Н. Степанов рассказал об опыте крупнейшего издательского дома Якутии. По его словам, самым популярным каналом общения в этом регионе России стало сегодня мобильное приложение WhatsApp. При этом якутские издатели активно применяют для стимулирования подписки на СМИ поездки журналистов в регионы. Совместно с якутским УФПС издательство «Ситим» разработало «дорожную карту», предусматривающую организацию ряда локальных маркетинговых акций для стимулирования подписки. По мнению В.Н. Степанова, необходимо снижение почтовых доставочных тарифов. Возможным источником финансирования этого проекта могут стать 36 миллиардов рублей, ежегодно выделяемых в России на губернаторский PR. Благодаря усилиям Общероссийского народного фронта, в 2015 году на гранты для поддержки издателей было выделено 270 миллионов рублей. При этом на губернаторский PR в Якутии в этом же году было потрачено 422 миллиона рублей.

Необходимость возврата к субсидированию подписки поддержал в своем выступлении депутат Государственной Думы РФ Р.Ю. Чуйченко. По его мнению, подписка является услугой для социально незащищенных слоев населения. Рост подписных цен в условиях кризиса делает ее недоступной.

Заместитель председателя Совета директоров ИД «Аргументы недели» И.А. Диденко поддержал аргументы сторонников субсидирования и иных государственных мер по снижению почтовых подписных тарифов. По его словам, бессмысленно надеяться на продвижение дорогой подписки в условиях, когда люди в регионах вынуждены брать микрокредиты на кабальных условиях. И.А. Диденко предложил активнее использовать для защиты интересов отрасли создаваемую сегодня Национальную ассоциацию издателей.

Заместитель руководителя Департамента государственной политики в области средств массовой информации Минкомсвязи РФ Е.В. Часовская заверила участников круглого стола в том, что в 2016 году будут сохранены все существующие сегодня меры государственной поддержки печатных изданий. В частности, будет продолжено предоставление 15%-х скидок изданиям, вошедшим в заявительный список, утверждение которого сейчас заканчивает Министерство связи и массовых коммуникаций.

Исполнительный директор Альянса руководителей региональных СМИ России (АРС-ПРЕСС) С.Б. Дубинская рассказала о деятельности Экспертного совета по региональной прессе при Минкомсвязи. По ее словам, АРС-ПРЕСС ведет свою работу без расчета на государственные субсидии. В этой связи, очень важен поиск коммерческих решений, позволяющих компенсировать снижение подписных тиражей. Для этого, в частности, АРС-ПРЕСС организовал совместно

с ФГУП «Почта России» проект по стимулированию розничных продаж печатной прессы в почтовых отделениях.

Генеральный директор «Агентства подписки и розницы» В.И. Кокорев обратил внимание участников круглого стола на важность своевременного решения проблем, связанных с оформлением бухгалтерской документации. В частности, до сих пор остается нерешенной проблема правильного оформления накладных, возникающая в связи с изменениями налогового законодательства в 2015 году. Предложенная «Почтой России» методика отдельного учета для каждой партии (партионного) создает серьезные трудности в оформлении закрывающих документов.

Руководитель Службы по связям с общественностью «Межрегионального агентства подписки» В.А. Дворянов обратил внимание участников круглого стола на необходимость разработки новых методов продвижения подписки, которые смогли бы компенсировать рост подписных цен в условиях падения покупательной способности населения. Он также предложил издателям активнее использовать онлайн-портал подписки Vipishi.ru для продвижения собственных газет и журналов.

Председатель Координационного совета Альянса в поддержку института подписки на газеты и журналы В.В. Керов заверил участников круглого стола, что все их предложения будут использованы при подготовке инициатив Альянса по развитию рынка подписки.

Подводя итоги круглого стола, председатель Правления АРПП А.В. Оськин подчеркнул важность современной ситуации на рынке подписки для будущего всего медиарынка. Оставшись без государственных субсидий, рынок находится в поисках внутренних возможностей

для выхода из кризиса и развития подписки. Во главе этого поиска находятся издательские дома, продемонстрировавшие наилучшие результаты во время подписной кампании на первое полугодие 2016 года.

А.В. Оськин сформулировал главную проблему подписной отрасли: как, не прекращая текущей работы по продвижению подписки, объединить усилия участников рынка для возвращения государственных субсидий подписчикам.

После круглого стола состоялась церемония награждения федеральных и региональных издателей и региональных Управлений федеральной почтовой связи, продемонстрировавших наибольший рост тиражей в подписную кампанию на первое полугодие 2016 года. Призы лидерам вручал Президент АРПП Д.В. Мартынов. «Межрегиональное агентство подписки» и подписное агентство «Роспечать» вручили призы издателям, ставшим лидерами их подписных каталогов.

Источник: Пресс-служба АРПП