

В Минске прошел белорусско-российский круглый стол: газеты и журналы будут жить



28 февраля 2017 г. в рамках белорусско-российского семинара-практикума

«Распространение периодической печати в условиях конкурентного рынка и новых технологий»

состоялось заседание круглого стола, участникам которого представилась возможность проанализировать ситуацию, сложившуюся на рынках издания и дистрибуции газетно-журнальной продукции двух дружественных государств, рассмотреть тенденции, преобладающие в отрасли печатных СМИ и наметить возможные пути развития индустрии медиа.

На мероприятии, проходившем в пресс-центре Дома прессы, собрались более 50 представителей медиаотрасли Белоруссии и России: издателей, дистрибуторов, книгораспространителей и полиграфистов.



В работе круглого стола принял участие заместитель министра информации Республики Беларусь А.Н. Карлюкевич.

Вела заседание Е.М. Черепок, исполнительный директор Союза издателей и распространителей печати Республики Беларусь.

Модератор поприветствовала участников мероприятия, представила собравшимся белорусским коллегам российскую делегацию и обозначила регламент круглого стола.

А.Н. Карлюкевич обратился к собравшимся с приветственным словом и отметил значимость и необходимость подобного рода мероприятий, являющихся площадкой для построения диалога между участниками отрасли печатной прессы.

Выступающий сообщил, что индустрия медиа Белоруссии, также как и России, переживает непростые времена, имеет свои негативные тенденции, связанные с приостановлением выхода и закрытием многих печатных изданий.

А.Н. Карлюкевич уделил внимание и положительным аспектам, наметившимся на рынке распространения газет и журналов в стране. Речь идёт о грамотной политике РУП «Белсоюзпечать», направленной на модернизацию торговых объектов по продаже периодики и книг и реструктуризацию компании, которая в скором времени будет работать и в области.

В заключение своего выступления, заместитель министра информации пожелал всем участникам круглого стола успешной и плодотворной работы.

Далее модератор заседания предоставила слово А.В. Луговой, заместителю исполнительного директора НП «АРПП», которая поблагодарила Министерство информации Рреспублики Беларусь, поддержавшее проведение семинара, соорганизатора мероприятия – Союз издателей и распространителей печати и поприветствовала белорусских и российских коллег, собравшихся на круглом столе. А.В. Луговая сообщила, что рынок печатных СМИ России, равно как и Белоруссии, является социально значимой структурой и выступает гарантом информационной безопасности государства. Докладчик рассказала, что периодика в России представлена более, чем 50 тематическими группами, удовлетворяющими культурные и досуговые потребности населения страны.

В России зарегистрировано порядка 62 тысяч печатных СМИ, 32

тысячи из которых – журналы, а 26 тысяч – газеты. Уделила внимание А.В. Луговая и активному развитию электронных медиа на территории Российской Федерации, которых на настоящий момент насчитывается порядка 9,5 тысячи.

Говоря о российском рынке распространения печатной прессы, А.В. Луговая сообщила что через розничный канал и канал подписки в 2016 году было реализовано около 1,8 млрд. экземпляров газет и журналов, а в 2017 году планируется снижение объёма проданных изданий на 9%. Докладчик рассказала, что экспертная группа НП «АРПП» ежегодно осуществляет мониторинг обеспеченности регионов страны объектами по продаже печатных изданий и сообщила, что на начало сентября 2016 года на территории России работало 23 100 киосков и павильонов прессы, в ассортимент которых входило более 1 000 наименований газет, журналов, книг и других информационных источников. А.В. Луговая обратила внимание на тот факт, что розничная продажа прессы на территории России осуществляется не только в традиционных киосках и павильонах, но и через почтовые отделения. С учётом этого печатная пресса в РФ присутствует в 63 150 точках продаж.

Говоря о положительных тенденциях, наметившихся в законодательном регулировании системы распространения периодики, А.В. Луговая рассказала о вышедшем в апреле прошлого года Постановлении Правительства РФ, которое строго регламентирует минимальный показатель обеспеченности каждого региона России объектами по продаже печатной продукции, и сообщила, что данное постановление выполняется в 34 субъектах Федерации.

В заключение своего выступления докладчик выделила ряд инициатив, которые могли бы способствовать выведению российской медиаотрасли из кризиса, среди которых обозначила необходимость развития электронной версии изданий в целях продвижения бумажного продукта и тесного взаимодействия издателей и распространителей периодики.

На заседании круглого стола также была поднята тема подписки. Об особенностях работы почты Белоруссии рассказала О.В. Сидорчук, заместитель начальника УРП СМИ РУП «Белпочта».

Докладчик проинформировала участников о том, что предприятие сотрудничает не только с издательствами Республики Беларусь, но и с иностранными компаниями, формирует и выпускает подписные каталоги общим тиражом более 34 тысяч экземпляров.

Описывая структуру РУП «Белпочта», О.В. Сидорчук сообщила, что в состав компании входят 6 областных филиалов, производство «Минская почта», филиал «Узел специальной связи», 89 районных и городских узлов почтовой связи, 3208 отделений почтовой связи.

Докладчик рассказала, что основной удельный вес оформляемых тиражей составляет подписка на белорусские издания – 98 %, а менее 2 % – подписка на иностранные печатные СМИ.

В конце своего выступления О.В. Сидорчук добавила, что белорусская почта, не только обеспечивает доставку периодики подписчикам по всей стране, но и активно организует распространение печатных СМИ Республики Беларусь в иностранных государствах: Болгарии, Германии, Казахстане, Латвии, Литве, Молдавии, Российской Федерации, Украине.

Об опыте преодоления кризисных явлений в системе дистрибуции газет и журналов на примере успешной работы своего предприятия рассказала В.Е. Полуказакова, генеральный директор ООО «Р.О.С.ПЕЧАТЬ» Липецкой области. Докладчик сообщила, что помимо сети киосков, которая насчитывает 176 объектов по реализации периодики, компания устанавливает павильоны прессы площадью 37 кв.м. В.Е. Полуказакова отметила, что несмотря на непростую ситуацию с розничным распространением прессы в стране, падением тиражей газет и журналов, «Роспечати» удаётся успешно продавать печатную продукцию, доля которой в точках по реализации периодики составляет 62%, а удельный вес печати в товарообороте компании держится на уровне 80%, при этом доля

списания изданий не превышает 18%, что является достаточно неплохим показателем для страны. Это достигается благодаря ряду проектов, успешно реализуемых на предприятии. В качестве примера докладчик привела акцию «кофе как презент», когда человек, купив экземпляр понравившихся газеты или журнала, получает в подарок бесплатную чашку качественного горячего кофе. В.Е. Полуказакова также сообщила, что с 2012 года предприятие проводит различные конкурсы, такие, как «Лучший киоскёр» и «Лучший читатель», которые способствуют росту продаж периодики в сети.

О работе редакции газеты «Комсомольская правда» в Белоруссии участникам круглого стола рассказал генеральный директор ЗАО «БелКП-пресс» С.М. Гусаковский.

Докладчик сообщил, что основной читательской аудиторией «Комсомолки» (более 73%) в Белоруссии являются женщины старше 45 лет, причём объём потребителей продукта наиболее высок на периферии, в столице газету приобретают реже. В республике издание распространяется через три основных канала реализации периодики: «Белсоюзпечать», «Белпочта» и ритейл, где оно представлено более чем в 400 супермаркетах. С.М.Гусаковский обратил внимание на то, что главную роль в продвижении газеты играют квалифицированные, ориентированные на продажу специалисты-продавцы.

Более подробно докладчик остановился на механизмах привлечения потребителя и стимулирования населения к покупке издания. Главным из них он выделил грамотное отношение к формированию первой полосы газеты, которая играет наиважнейшую роль в мотивировании потребителя к приобретению экземпляра печатного продукта. По мнению С.М. Гусаковского, совместная, слаженная работа издателя и распространителя, нацеленная на общий результат, играет немаловажную роль для достижения успеха в продвижении газеты или журнала.

В заключение своего выступления С.М. Гусаковский сообщил, что возглавляемое им предприятие разрабатывает новые проекты,

ориентированные на молодого потребителя, что безусловно позволит расширить читательскую аудиторию газеты.

Дополняя доклад генерального директора «Комсомольской правды» Белоруссии, директор по распространению издания Л.В. Стельмах акцентировала внимание собравшихся на том, что печатная версия газеты всегда будет более востребованной у читателя нежели онлайн версия продукта благодаря авторскому, индивидуальному подходу к подготовке статей.

Тема российского регионального рынка распространения печатных СМИ продолжилась в выступлении М.С. Пекарского, директора ООО «Читай Город», г. Екатеринбург. Докладчик сообщил, что предприятие работает с 360 торговыми точками, 200 из которых находятся в Екатеринбурге и пригороде, остальные – в области. М.С. Пекарский проинформировал собравшихся, что в 2016 году компании пришлось закрыть 5% точек по реализации прессы из-за нерентабельности, а снижение продаж традиционной периодики в соотношении 2015 к 2016 году также составило 5%.

Докладчик отметил, что предприятие разрабатывает проекты, обеспечивающие компенсацию убытков от падения продаж печатных СМИ и ограничения торговли табачной продукцией и привёл в качестве примера реализацию в киосках прессы сети компании пряжи в комплекте с аксессуарами, которые пользуются популярностью у посетителей торговых объектов.

Аналитический доклад о деятельности своего предприятия представила участникам заседания Т.В. Зеленкевич, управляющая ООО «Росчерк». Она сообщила, что в период с 2014 по 2016 годы падения в продажах тиражей газет и журналов не было, а в экземплярах оно составило 1%. Однако, как отметила докладчик, ремиссия продукции имеет тенденцию к увеличению, и в 2016 году она достигла уровня 39%. Т.В. Зеленкевич рассказала, что дорогая печатная пресса уходит в ритейл, поскольку он предлагает более качественную выкладку, благодаря чему продажи газет и журналов компании в супермаркетах составляют 30% от реализации изданий через другие каналы. Негативным моментом в

распространении периодики, который обозначила в своём докладе Т.В. Зеленкевич, является катастрофическое падение продаж коллекционных изданий на фоне сокращения их тиражей, которое за два года превысило 100%.

Т.В. Зеленкевич завершила своё выступление на позитивной ноте: «Печатные СМИ будут жить ещё очень долго ... надо работать», – сказала она.

Мнение Т.В. Зеленкевич поддержал О.В. Кононов, управляющий ГК «Толока», который обратил внимание участников круглого стола на то, что возглавляемая им компания, имеющая в своём арсенале более 40 изданий, постоянно развивается, работая над пополнением линейки своих продуктов новыми проектами.

В мероприятии также активное участие приняли В.М. Вадютин, заместитель генерального директора ООО «Росчерк», г. Минск, В.М. Гревцов, председатель правления ООО «Агентство Вдадимира Гревцова», г. Минск, И.В. Дудич, генеральный директор РУП «Белсоюзпечать» г. Минск, С.А. Кондрашев, директор ООО «Информбюро», г. Тверь, К.Е. Федоринин, генеральный директор ОАО «Роспечать», г. Челябинск.

Заседание круглого стола было завершающим мероприятием в рамках белорусско-российского семинара, который, по мнению его участников, стал прекрасной площадкой для обмена опытом между представителями индустрии печатных СМИ двух государств, помог проанализировать ситуацию и рассмотреть негативные тенденции на рынках периодики Белоруссии и России, а также наметить пути для дальнейшего сотрудничества в целях развития медиаотрасли обеих стран.

*Пресс-служба
3 марта 2017 г.*

