



# Печатные СМИ

# Основной тренд сегодня

- В настоящее время все чаще говорят не о газете или журнале, а о редакции (издательский дом или медийный бренд).
- Эта тенденция сохраняется и развивается, поскольку именно редакция создаёт основной продукт – контент, который далее в зависимости от содержания и целевой аудитории упаковывается для разных носителей – газеты, сайта, телевидения (Интернет-телевидение), радио, различных специальных проектов.

# 7 главных направлений развития мировых медиа

- Развитие мобильных технологий
- Развитие социальных медиа
- Персонализация и фрагментация информации
- Цифровой «плавильный котел»
- Размывание привычных границ между печатными и другими видами медиа
- Потребитель хочет все и сразу
- Все звенья цепочки от создания медийного продукта до доставки его потребителю одинаково важны.

«Цифровой медиаландшафт Европы к 2020 году: Будущее «бумажных» СМИ и издательств» - аналитический доклад «UK Stationers Livery Company», 2014 г.

# Новая модель бизнеса

- Платный доступ к контенту
- Продажа электронных версий
- Продажа рекламы в электронные версии
- Продажа рекламы в печатные версии
- Продажа печатных копий

## Соотношение аудитории традиционных газет и их цифровых версий, июнь 2015 года

- **2,5 млрд.** человек ежедневно читают газеты
- **800 млн.** человек из них – в печатном и цифровом формате одновременно
- **200 млн.** человек – читают только в цифровом формате.

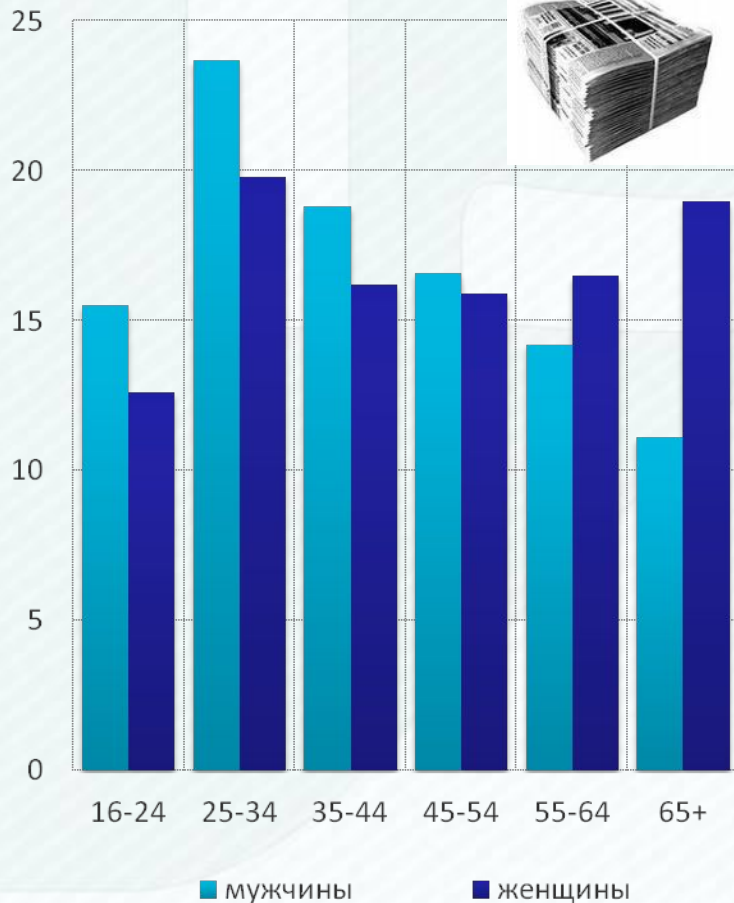
# Печатные СМИ в России сегодня

В общероссийском реестре СМИ – **61 968** печатных изданий.  
Из них **31 714 журналов** и 25781 газета и **4473** других периодических печатных изданий.

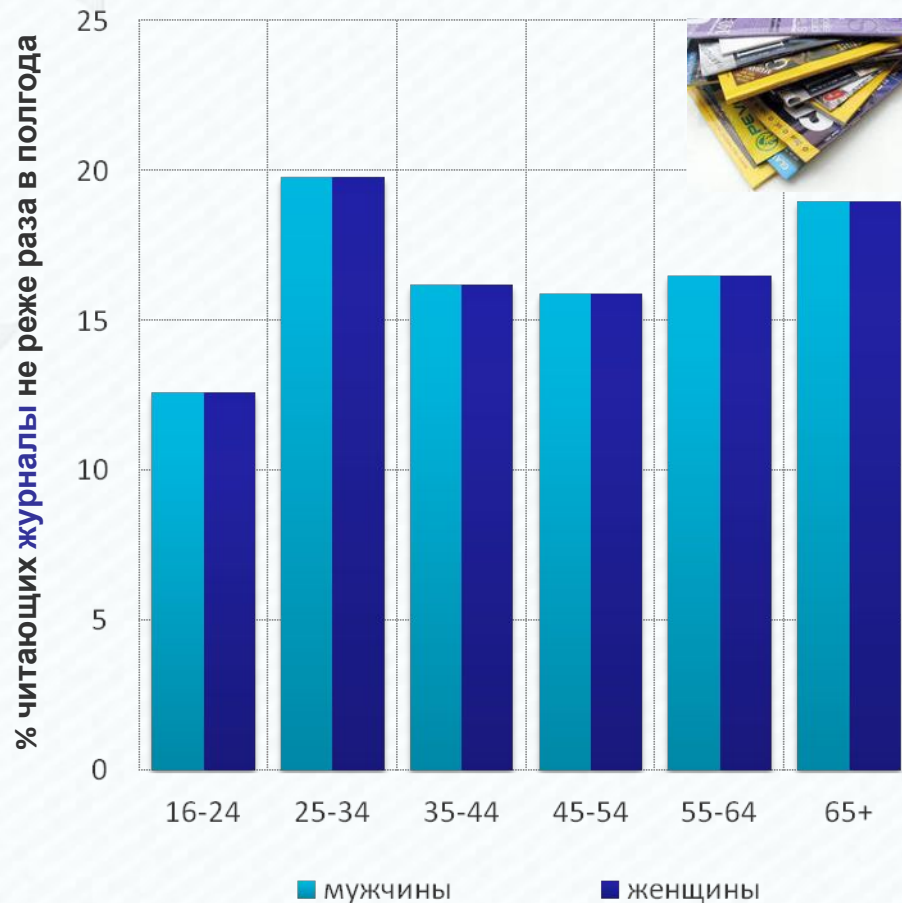
(По состоянию на 04.10.2015 г.)

# Гендерные и возрастные различия

## Газеты: доля читателей в группах

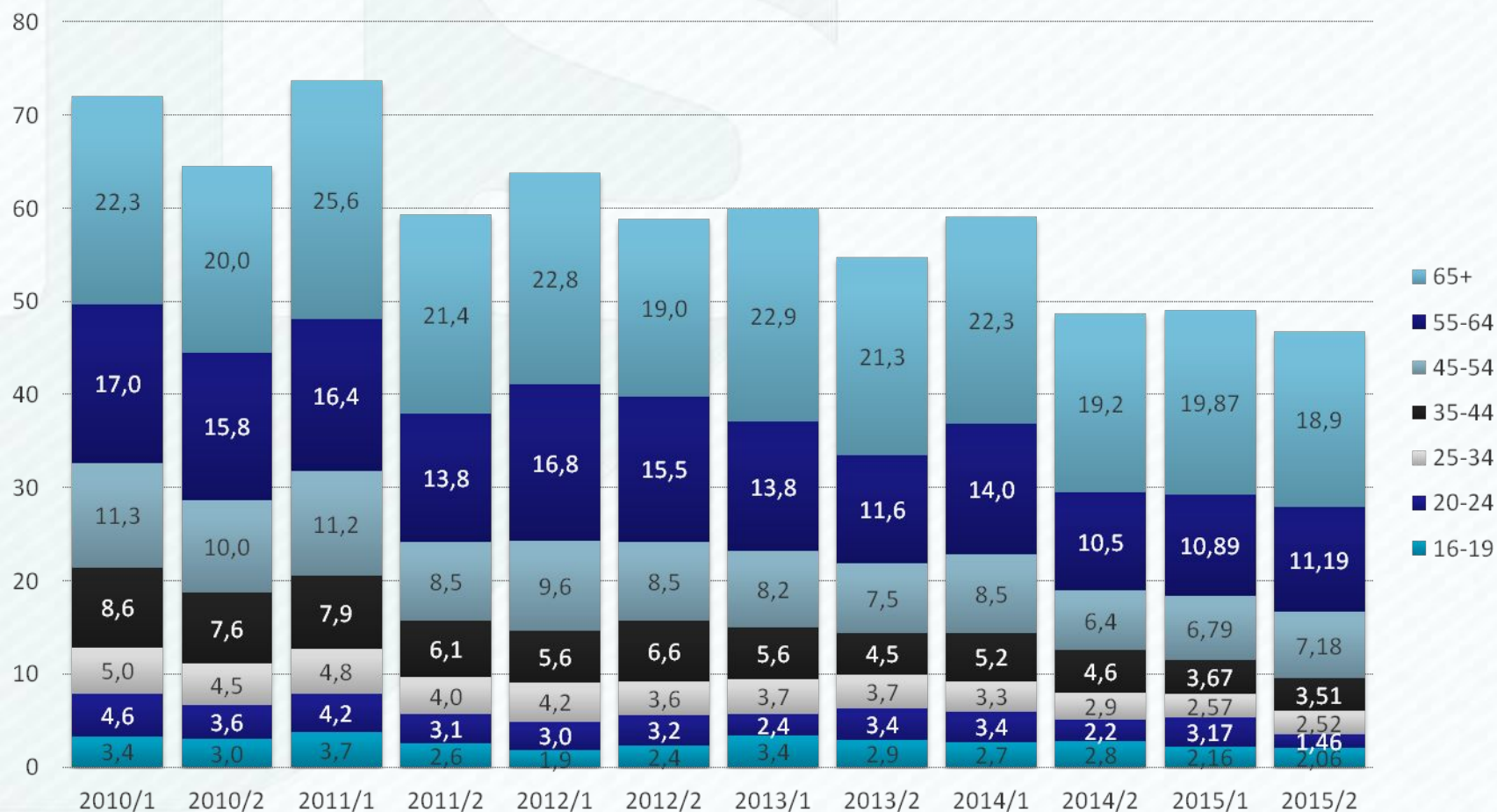


## Журналы: доля читателей в группах





# Среднесуточное время, затрачиваемое на чтение газет (минуты, динамика по полугодиям)

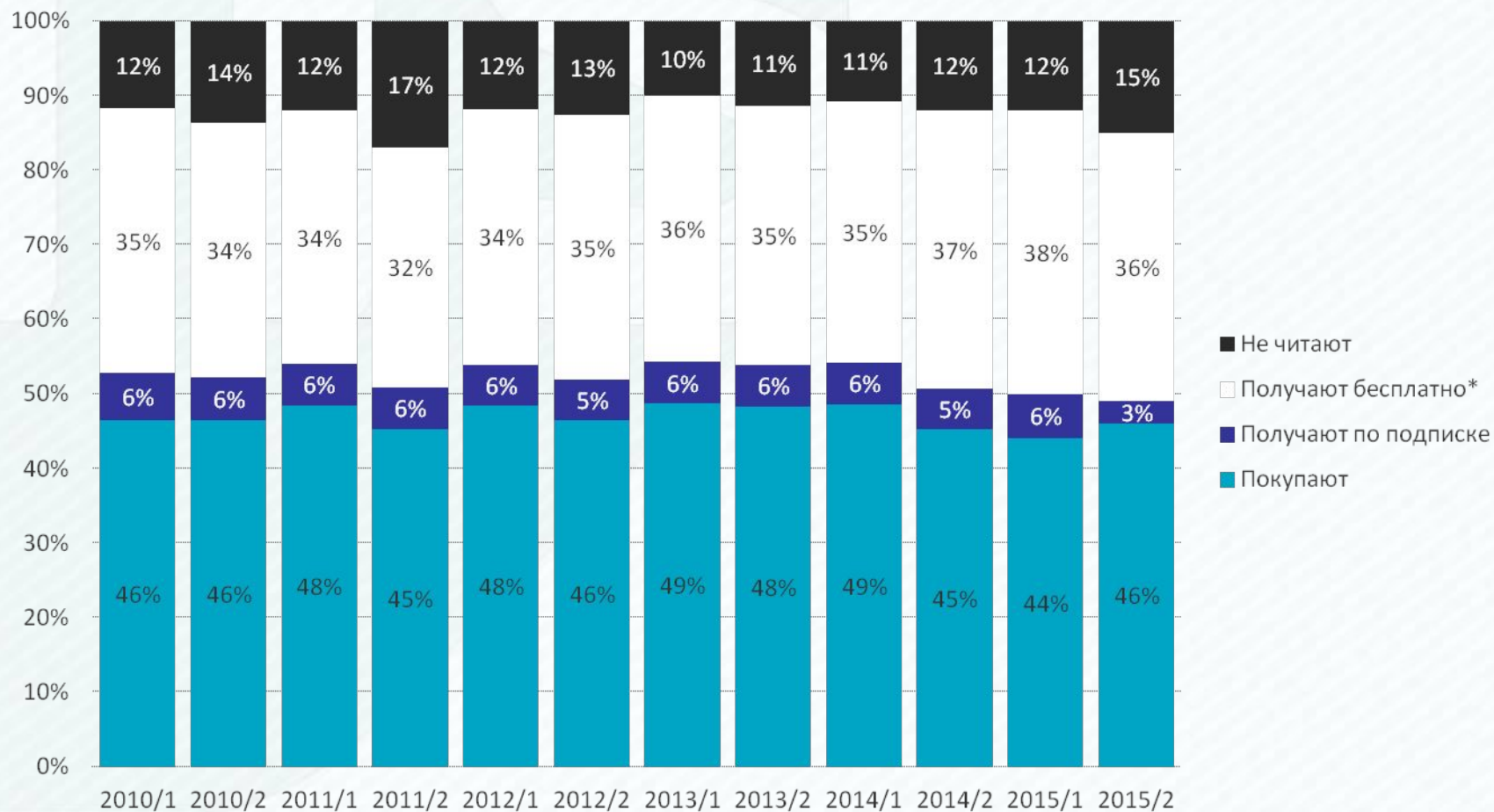




# Среднесуточное время, затрачиваемое на чтение журналов (минуты, динамика по полугодиям)



За последние несколько лет структура получения прессы практически неизменна. В основном это разовая покупка или бесплатное получение



№/п	Издательский дом	Число читателей одного номера всех изданий, 2014 г			Число читателей одного номера всех изданий, 2015 г.		
		тыс. чел	%	Кол. изд.	тыс. чел.	%	Кол. изд.
1.	Burda	16 045.3	26.5	26	14 233.4	23.4	27
2.	Hearst Shkulev Media	11 800.2	19.5	9	11 494.3	18.9	9
3.	Sanoma Independent Media	10 522.2	17.4	13	9 201.4	15.1	11
4.	Комсомольская Правда	9 265.8	15.3	5	8 861.4	14.6	4
5.	Bauer Media	9 609.3	15.9	10	8 771.1	14.4	9
6.	7 Дней	6 850.4	11.3	3	6 707.3	11.0	3
7.	Аргументы и Факты	6 168.9	10.2	3	6 599.8	10.8	3
8.	Голока	5 237.8	8.6	16	5 673.0	9.3	20
9.	Пресс-Курьер	4 754.4	7.8	5	5 665.1	9.3	7
10.	За рулем	6 905.2	11.4	3	5 528.5	9.1	1
11.	Эдипресс-Конлига	5 660.4	9.3	12	4 149.4	6.8	8
12.	Популярная пресса	3 965.3	6.5	2	3 908.9	6.4	2
13.	Вокруг света	4 033.1	6.7	1	3 787.2	6.2	1
14.	Московский комсомолец	3 940.3	6.5	6	3 629.6	6.0	6
15.	Art Com Media + Axel Springer	3 430.9	5.7	6	3 677.90	6.0	5

Источник: TNS Russia, NRS, Россия, май-октябрь 2015 г.



# Ежедневные газеты – лидеры по аудитории одного номера (AIR, Москва)\*

№п	Наименование издания	2014		2015	
		тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
1	Метро	1 068.9	10.4	1187.0	11.5
2	Московский Комсомолец	511.9	5.0	481.9	4.7
3	Вечерняя Москва	-	-	439.2	4.3
4	Российская газета	147.1	1.4	162.3	1.6
5	Спорт-Экспресс	126.3	1.2	119.4	1.2
6	Коммерсант	96.7	0.9	113.7	1.1
7	Ведомости	107.0	1.0	111.9	1.1
8	РБК (газета)	105.8	1.0	109.5	1.1
9	Советский спорт	116.0	1.1	106.8	1.0
10	Известия	91.0	0.9	101.8	1.0

Источник: TNS, NRS-Москва (16+) Май – Октябрь 2015 г.

**Еженедельные и ежемесячные газеты –  
лидеры по аудитории одного номера  
(AIR, Россия)**

№\п	Наименование издания	2014		2015	
		тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
1	Аргументы и факты	5 538.5	9.1	5962.9	9.8
2	Комсомольская правда (w)	4 528.9	7.5	4720.7	7.8
3	Телепрограмма	3 826.3	6.3	4037.2	6.6
4	777	3 277.8	5.4	3061.5	5.0
5	Моя семья	1 419.7	2.3	1567.5	2.6
6	Оракул	1 802.8	3.0	1517.4	2.5
7	1000 секретов	1 241.0	2.0	1325.6	2.2
8	МК-Регион	1 182.1	2.0	1185.4	1.9
9	Московский комсомолец – МК + ТВ ТТТВТВ	1 250.2	2.1	1160.4	1.9
10	Авторевю	-	-	393.9	1.5

Источник: TNS, NRS-Россия (16+) Май – Октябрь 2015 г.

## Топ-20 ежемесячных журналов по аудитории одного номера (AIR, Россия)

№\п	Наименование издания	2014		2015	
		тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
1	За рулем	6 108.3	10.1	5528.5	9.1
2	Cosmopolitan	4 918.1	8.1	4100.4	6.7
3	Вокруг света	4 033.1	6.7	3787.2	6.2
4	Караван историй	3 588.9	5.9	3456.8	5.7
5	Люблю готовить!	3 003.4	5.0	2834.3	4.7
6	National Geographic Россия	2 245.9	3.7	2338.8	3.8
7	Здоровье	2 322.7	3.8	2215.6	3.6
8	Virga	2 170.9	3.6	2076.4	3.4
9	Любимая дача	2 390.9	3.9	2031.2	3.3
10	Top Gear	2 038.4	3.4	1867.4	3.1
11	Maxim	1 591.0	2.6	1798.8	3.0
12	Коллекция Караван историй	1 807.1	3.0	1657.1	2.7
13	Домашний доктор	1 475.7	2.4	1599.1	2.6
14	Forbes	1180.0	1.9	1482.2	2.4
15	Идеи вашего дома	1588.7	2.6	1466.8	2.4
16	Афиша	986.7	1.6	1459.5	2.4
17	Discovery	1 403.5	2.3	1418.3	2.3
18	Домашний очаг	1 496.6	2.5	1400.6	2.3
19	Glamour	1 264.6	2.1	1299.2	2.1
20	Men's Health	1143.2	1.9	1243.3	2.0

Источник: TNS, NRS-Россия (16+) Май – Октябрь 2015 г.



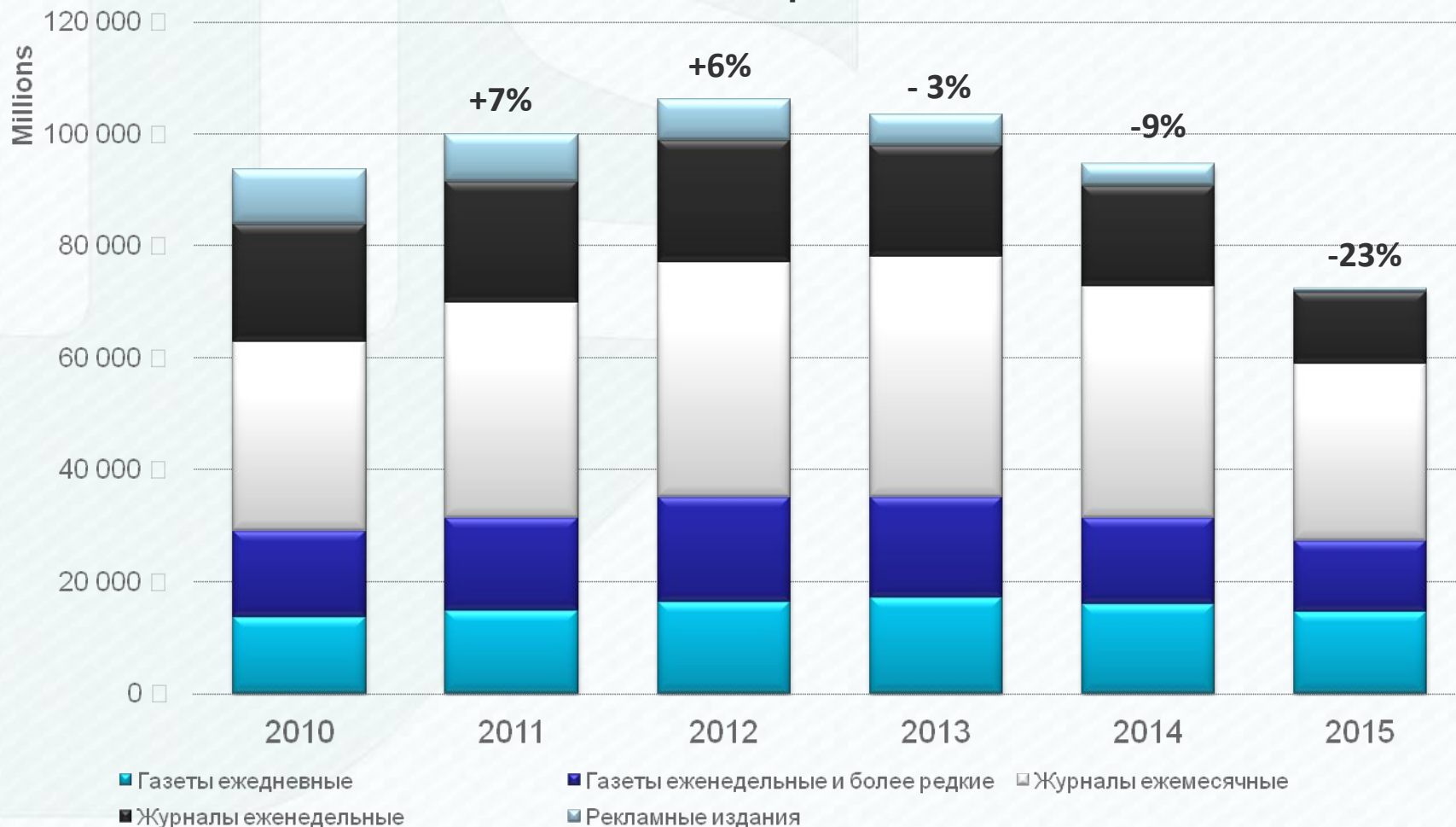
## ТОП-20 издательских домов России по объёмам собранной рекламы, 2015 год, в рублях

№/п	Наименование издательского дома	Сумма в рублях
1	Sapona Independent Media	7 859 686 136
2	Комсомольская Правда	5 308 301 446
3	Hearst Shkulev Media	5 119 537 394
4	Conde Nast	3 653 139 892
5	Аргументы и факты	3 477 921 646
6	Коммерсантъ	3 318 424 464
7	Metro International	2 962 108 562
8	Burda	2 787 444 393
9	Инфлайт Итертеймент Групп / ТОП-50	1 864 611 534
10	Семь Дней	1 462 289 083
11	Популярная Пресса	1 192 647 820
12	Прогрессив Медиа / СК Пресс	1 070 827 500
13	РБК Медиа	940 719 862
14	АС РУС Медиа	939 212 517
15	Forward Media Group	675 231 666
16	Московский Комсомолец	669 134 316
17	Российская Газета	625 900 090
18	Bauer Media	570 913 235
19	За рулем	569 082 588
20	Вечерняя Москва	520 207 291

Источник: TNS Media Intelligence, январь-декабрь 2015 г., рассчитано по прайс-листам ИД, без учёта скидок и налогов, но с учётом надбавок за позиционирование и цветность.

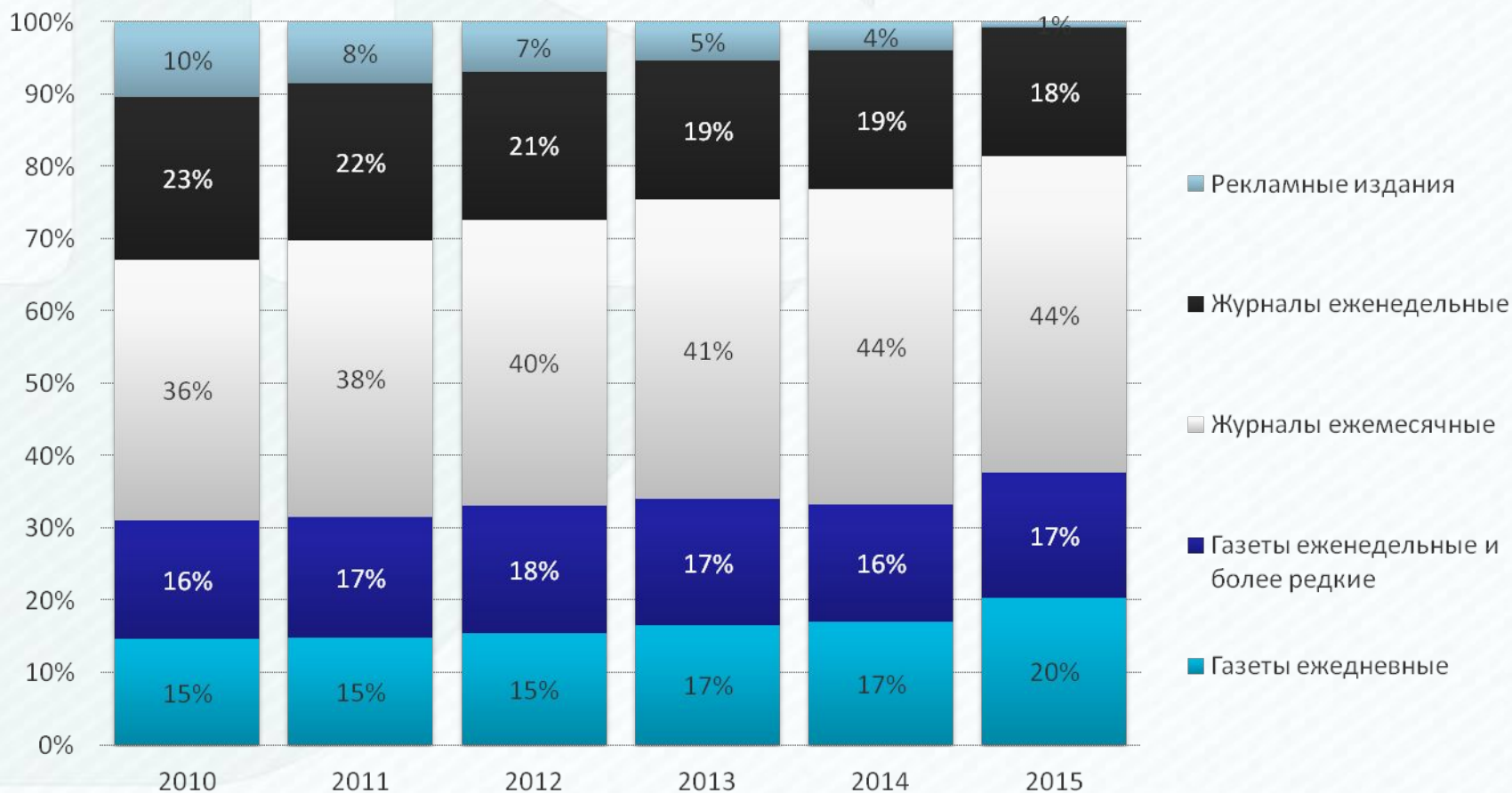
# Согласно TNS в 2015 году пресса показывает спад рекламных доходов на 23%

## Рекламные доходы прессы по типам изданий

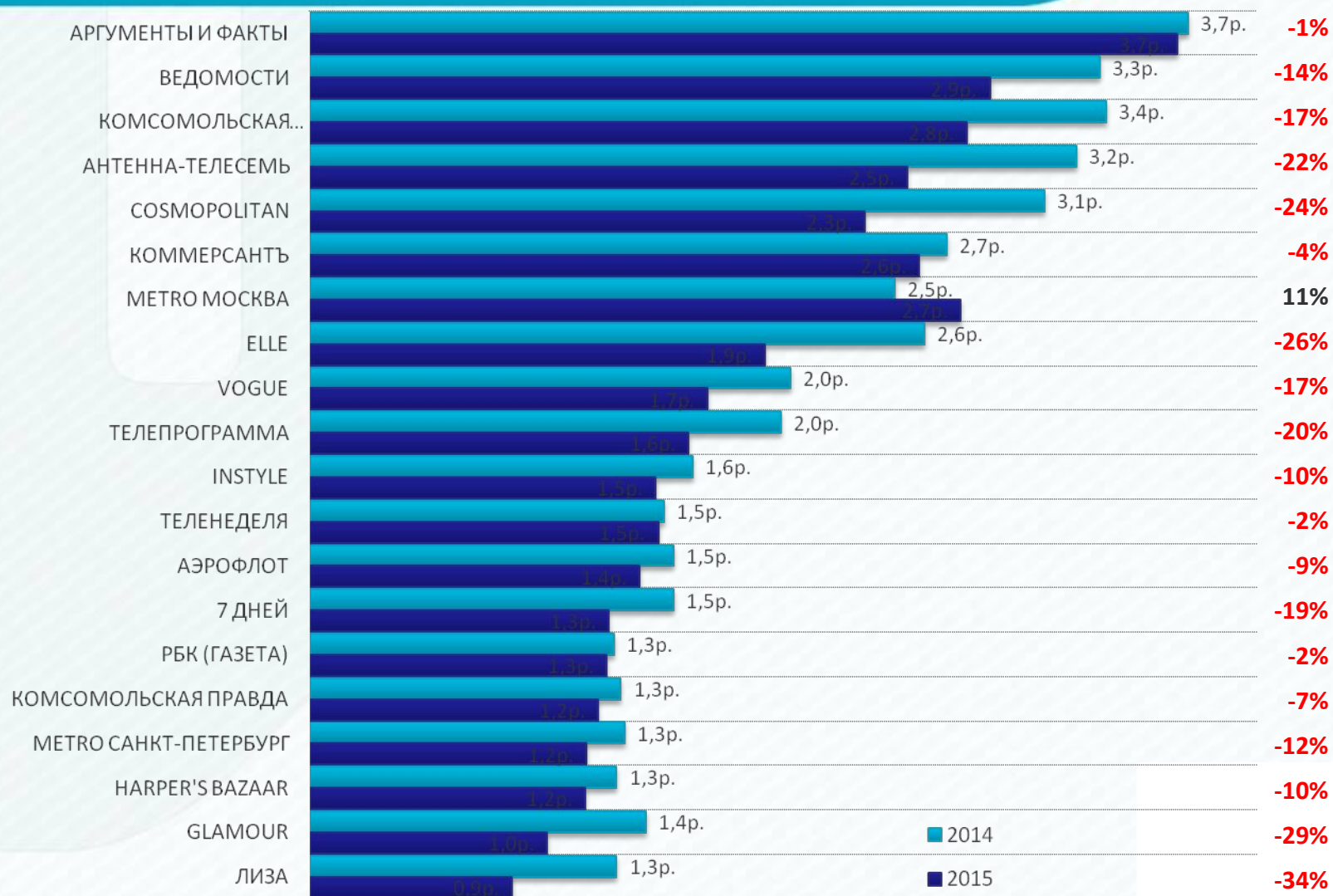


# В последние годы положительные темпы прироста доли прироста рекламы наблюдаются у ежедневных газет и ежемесячных журналов

## Доля групп изданий в структуре рекламных доходов прессы



# Топ 20 изданий по объёмам рекламных бюджетов, привлечённых в 2015 году, млрд. руб. (~51% рынка)





# Распределение доходов



Источники: Distripress, АРПП

# Распределение доходов

Доходы отрасли 70 стран  
мира (90% всех тиражей  
\$ 179 млрд.)

92 млрд. (51%) –  
от продажи печатных  
и интернет-версий

87 млрд. (49%) –  
рекламный бизнес

**2014 год**

	Проданный тираж	Рекламные доходы
Европа	 -4,5%	 -5%
Северная Америка	 -1,3%	 -7,5%
Азия	 +9,8%	 -6,5%
Африка	 +1,2%	 2,2%
Латинская Америка	 +0,6%	 4,9%

Источник: ежегодное исследование «Тенденции мировой прессы» Всемирной ассоциации издателей газет и новостных изданий (WAN-IFRA)



# Расширение каналов распространения

Ядро бизнеса –  
газеты,  
журналы и  
спецвыпуски

Он-лайн:  
Из печатной  
версии в  
эл.книги (Apple,  
Kindle и т.д.)

Мобильные  
версии

Приложения  
для iPad

Социальные  
медиа

Источники: данные отраслевых аналитиков, ГИПП и АРПП, АНРИ и др.

# Увеличение аудитории за счет он-лайн

Название	Тираж печатной версии (1 номер)	Он-лайн сайт издания, читателей в месяц	Рост AIR, % (читательская аудитория)
Bild (Германия)	3,27 млн.экз	12 млн.	3,4%
Le Figaro (Франция)	340 тыс.	9,7 млн.	2,5%
The New York Times (США)	Ежедн. – 0,9 млн.экз Нед.-1,4 млн.экз	42,6 млн.	3,2%
Комсомольская правда (Россия)	Ежедн. – 0,47 млн.экз Нед.-2,3млн.экз	6 млн.	6,4%
Ведомости (Россия)	75 тыс.	3,2 млн.	1,8%

Источник: ООО «Консалт-Центр»

# Уход печатных СМИ в Интернет

- Решения о закрытии (приостановке выхода) журналов или их переходе в Интернет, как правило, связаны с финансовыми проблемами.
- Например, решение о переводе в Интернет журнала «Большой город» в первую очередь было продиктовано растущим чистым убытком издания – с 28,5 млн. руб. в 2011 году до 45 млн. руб. в 2012-м году и последующим ежегодным увеличением этой суммы (данные базы СПАРК)
- У российского издательства «National Geographic», например, суммарно в социальных сетях сегодня насчитывается около двух миллионов подписчиков, набранных всего за три года

# В России издатели развивают цифровое направление

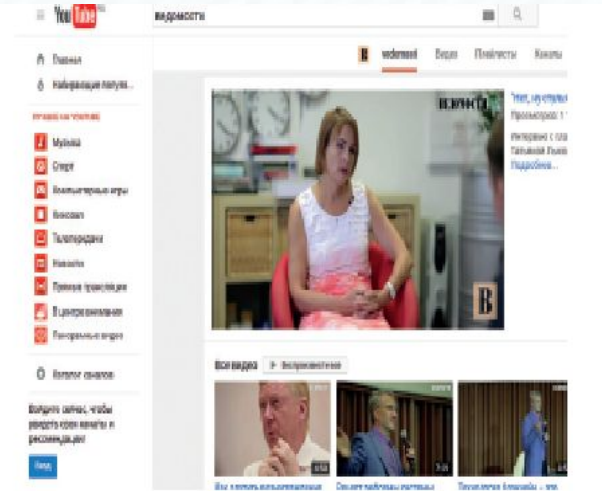
- Под брендом «Hearst Shkulev Digital» (HSDв настоящее время: сеть женских интернет-порталов Women's Network (сайты Elle.ru, Wday.ru, Starhit.ru, MarieClaire.ru, ElleGirl.ru, Psychologies.ru), федеральная сеть городских интернет-порталов «Regional Network», проект MaximOnline.ru, мобильные приложения и цифровые издания. 30 сентября 2014 года «Hearst Shkulev Media» завершила сделку с компанией «Деловой Мир Онлайн» (входит в холдинг «Media3», управляющий медийными активами ГК «ПромСвязь-Капитал») по приобретению сайта Zarplata.ru
- Выручка компании «Хёрст Шкулёв Медиа» от цифровых проектов в 2015 году превысила 20% от общей выручки компании, хотя два года назад составляла 4%, а доля цифровых проектов в прибыли «HSM» поднялась до 22%.

# Рейтинг сайтов изданий, декабрь 2015

№ п/п	Название сайта	Аудитория сайта (в тыс.чел.)
1	Kp.ru	11 964
2	Rg.ru	11 559
3	Aif.ru	8 503
4	Forbes.ru	5 603
5	Mk.ru	5 393
6	Kommersant.ru	4 793
7	Vedomosti.ru	4 755
8	Izvestia.ru	2 693
9	Dp.ru	1 450
10	Rbcdaily.ru	868



# Ведомости на разных платформах





# Ведомости: Цифры

- Платные подписки на электронную версию газеты «Ведомости» в начале 2016 года превысили 20 000 и сравнялись с числом подписок на бумажную версию этого издания.
- Подписка на электронную версию газеты «Ведомости» приносит 30% общей выручки диджитал-направления этого издания.
- Сейчас годовая подписка на Vedomosti.ru стоит 6490 рублей, но есть возможность купить её со скидкой.
- Электронная подписка должна приносить газете «Ведомости» не менее 110-115 млн. руб. годовой выручки.

# Слон

- С середины 2014 года – **платная подписка** на аналитические статьи, расследования и интервью. Можно оформить на месяц или на год.
- **Причины:** «Полагаться только на рекламную модель издателям точно нельзя <...> Под давлением автоматических систем закупок и других факторов» стоимость рекламы будет снижаться (Кашулинский)
- **Контент:** «Мы пишем о бизнесе и экономике. А это, по-видимому, единственный вид журналистики, за который российские читатели готовы платить деньги в интернете» (Кашулинский).

## Работает ли pay-wall?

- Ставили по 5-7 платных статей в неделю. 15 октября 2015 года – перелом – колонка Сергея Гуриева. Стали закрывать больше статей.
- Декабрь 2015 года – увеличение материалов по подписке. В партнерстве с «Дождем» опубликовали текстовые версии телеинтервью, которые брала Ксения Собчак.
- Валютный кризис – все хотят знать, что происходит с экономикой – растет число подписчиков.
- Сейчас – 20 610 подписчиков (в основном годовых).

# Стоимость подписки

Присоединяйтесь к 20 610 подписчикам [Уже оформили?](#)  
[Нужно согласие?](#)

НА ГОД <del>4680</del> <b>3900 Р</b> <a href="#">ПОДПИСАТЬСЯ</a>	НА МЕСЯЦ <b>390 Р</b> <a href="#">ПОДПИСАТЬСЯ</a>
--	---

 [Купить в подарок](#)

**Специальное предложение Slon + «Дождь»**  
[Как это работает](#)

НА ГОД <del>8700</del> <b>5500 Р</b> <a href="#">ПОДПИСАТЬСЯ</a>	НА МЕСЯЦ <del>870</del> <b>600 Р</b> <a href="#">ПОДПИСАТЬСЯ</a>
--	--

- Ведомости – 6 490 рублей в год (только онлайн)
- Forbes (печатная) – подписка на месяц 290 рублей
- Ё-Деньги/Власть (печатная) – 236 рублей в месяц

# Социальные сети

Официальное сообщество ✓


**Slon United**  
Главный источник информации об экономике и политике

О компании: Официальное представительство онлайн-журнала Slon ВКонтакте. All inclusive.

Каналы в Telegram:  
– общий (утренний выпуск и лучшее за неделю) <https://telegram.me/SlonMag>  
– срочные новости <https://telegram.me/SlonNews>

Веб-сайт: <https://slon.ru>

Дата основания: 18 мая 2009



20381 запись предложить новость

Вы подписаны на новости ▾

Рассказать друзьям

**Slon United**  
Власти Москвы раньше обещали (хммм...), что тем, кто снесет свои "незаконные постройки" добровольно, выплатят компенсацию

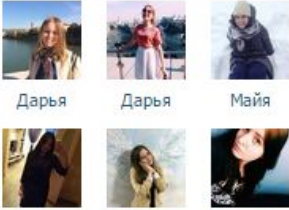
новость **SLON**

**На Тверской улице в Москве начался добровольный снос ТЦ «Пирамида»**

[slon.ru](https://slon.ru)

**На Тверской улице в Москве начался добровольный снос ТЦ «Пирамида»**  
В центре Москвы начался снос торгового центра «Пирамида», расположенного около станции метро «Тверская»...

**Подписчики**  
225 323 подписчика



**Ссылки**

Slon United  
«ВКонтакте» – 225  
323 подписчиков

Ъ – 199 506  
подписчиков

Ведомости – 773 006  
подписчиков

Forbes – 824 000  
подписчиков

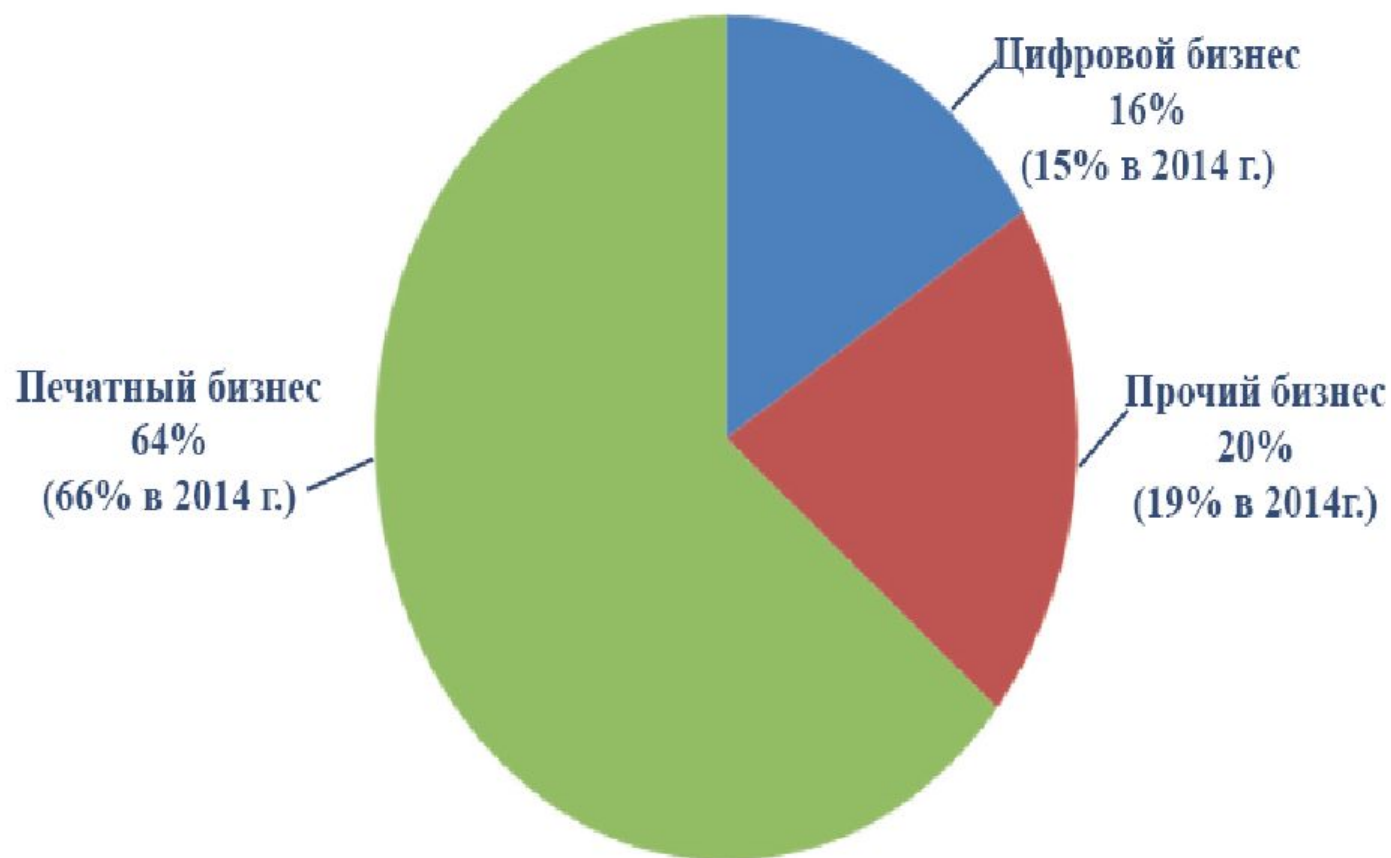


# Новые направления

- Сегодня многие издательские дома и на Западе, и в России действительно усиленно занимаются e-commerce(электронной коммерцией), осваивают рекламные интернет-технологии, часто даже вообще отказываясь от своего основного бизнеса – производства контента.



## Журнальные издательства: Печатный бизнес – фундамент



Источник: ежегодное исследование «Тенденции мировой прессы» Всемирной ассоциации издателей газет и новостных изданий (WAN-IFRA)

Спасибо

