

Кризис полиграфического рынка России

Первые итоги и взгляд в будущее



Сулейков А.В.

Вице – президент
Московского Полиграфического Союза

По результатам 1-го квартала падение
полиграфического рынка состоялось на уровне:

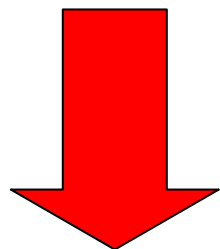
1-е квартал 2008 г.



↓ 35-40% (в евро),
↓ 20-22% (в рублях)

1-е квартал 2009 г.





**В первом полугодии 2009 г.
снижение цен на услуги типографии
достигло 30%**

(по сравнению с первым полугодием прошлого года)




i Демпинг цен в журнальной полиграфии может стать причиной ее краха. Высокотехнологичная отрасль обречена, если не имеет никаких средств для инвестиций в развитие производственной базы.

Сокращение объемов производства в СМИ и рекламной периодике (по итогам первых четырех месяцев 2009 г.)


СМИ



-  - Обязательства по подписке
- Удержание позиций в сегменте ведущих изданиями
- Бюджетные субсидии

Рекламная периодика



-  - Прямая зависимость от рекламных бюджетов



Основные факторы сокращения объемов производства

- **Сокращение рекламных расходов компаний (падение тиражей, закрытие журналов)**
- **Оптимизация затрат на производство:**
 - а) **удешевление спецификации,**
 - б) **снижение цены за услуги типографии (дополнительные скидки)**
- **Сезонность**

➤ Сокращение затрат на бумагу

- **Использование более дешевых сортов бумаги**
мелованная – колландрированная –
офсетная – газетная
- **Изменение плотности бумаги**



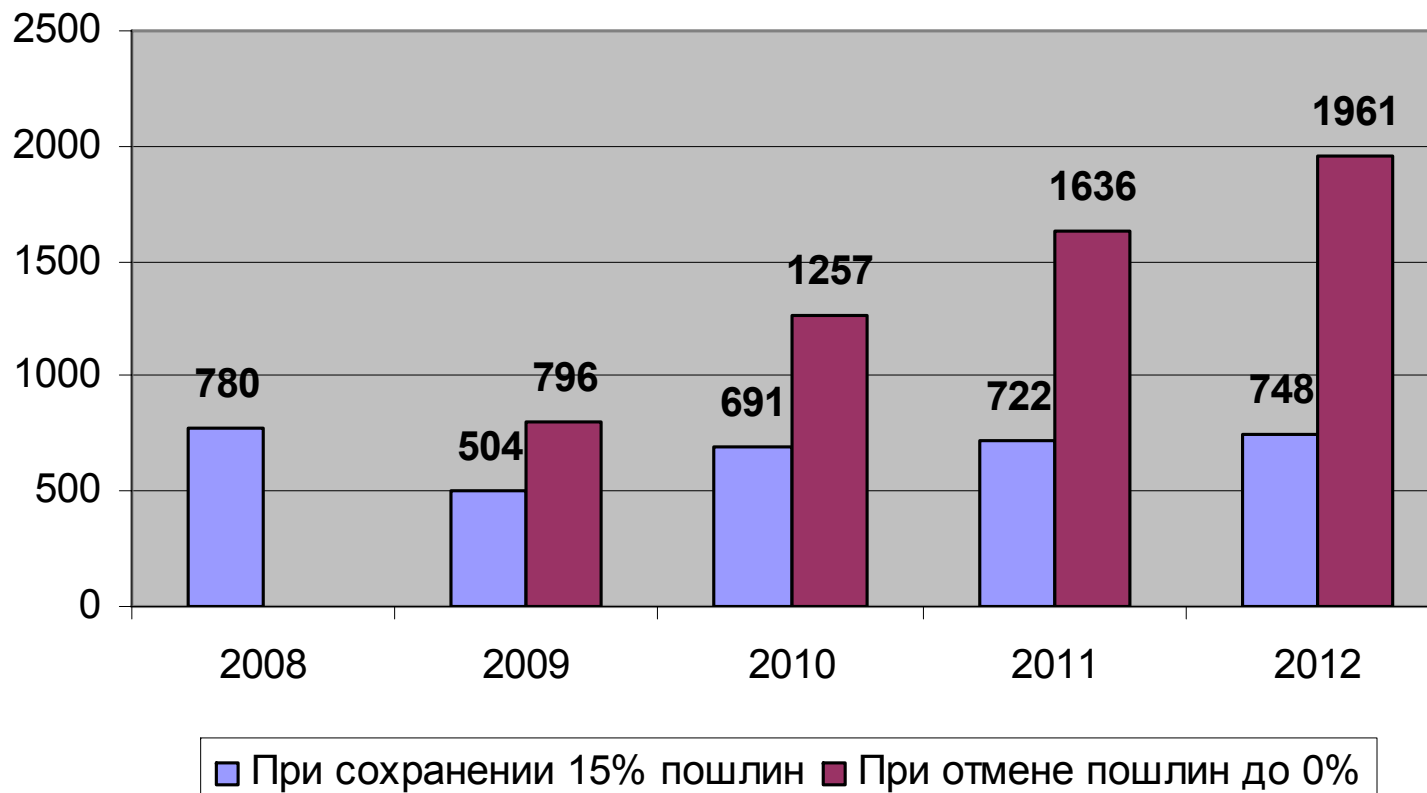
За прошедший год на более дешевые сорта бумаги была переведена примерно треть российских изданий



- **Изменение технической спецификаций в пользу оптимизации издержек**
- **Дополнительные отсрочки по оплатам услуг типографии через гарантии банков или третьих лиц**
- **Рублевый расчет стоимости услуг**



Прогноз производства печатной продукции на мелованных бумагах, тыс. тонн





Основные антикризисные меры

15% – 5% - 0%

**Снижение ставки ввозной таможенной
пошлины на мелованную бумагу до
строительства первых производств
такой бумаги в России**

Основные тенденции развития полиграфического рынка во втором полугодии 2009 г.

- Усиление конкуренции со стороны участников рынка, в т.ч. со стороны зарубежных типографий
- Дальнейшее падение спроса на высококачественную печатную продукцию
- Строительство вертикально интегрированных структур: издательство-типография-распространение
- Закрытие мелких и средних типографий
- Ситуация с оборудованием большинства типографий останется без изменений

**В 2009 г. будет введена в эксплуатацию 3-я очередь типографии «Пушкинская площадь»:
две высокопроизводительные M-600 и машина Sunday**

- **Удвоение производительной мощности**
- **Высокотехнологичный фальцаппарат**
 - машины оснащены системой проклейки и сшивания на скобу
 - система Duplex позволяет печатать с двух полотен в один фальцаппарат
- **Возможность выпуска продукции 30 различных форматов от А5 по А3, а также мини формат**
- **Система контроля качества GMI (контроль цвета на основе новых стандартов ISO 12647-2)**

Инновационные технологии печати

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

(печать переменных данных)

- Текстовая информация
- Монохромные изображения (фотографии, логотипы, символы)
- Простая нумерация
- Дата-матрицы, штрих-коды

Оптимизация рекламных бюджетов путем использования директ - маркетинговых технологий



Московский
Полиграфический
Союз

Спасибо за внимание
Пожалуйста, задавайте вопросы

www.printunion.ru