

# Обзор российского рынка корпоративной прессы

«ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНЫХ СМИ: УЗНАТЬ, ПОНЯТЬ, РЕШИТЬ»

МОСКВА

1 ноября, 2007 г.

# Оно нам надо?

---

**10%**

В 10% российских семей хотя бы один человек читает корпоративную прессу

**79%**

79% населения Великобритании хотя бы раз читали корпоративное издание

*Источник: ВЦИОМ, Association of Publishing Agencies (APA)*

---

# ОБЪЕМ РЫНКА

---

## Россия

6,5 тыс. официально зарегистрированных корпоративных изданий

Оборот рынка корпоративной прессы в России – \$1 млрд.

Средние затраты на производство одного номера корпоративного издания – около \$100 тыс./год

## Москва

Около 1 тыс. внутрикорпоративных изданий – цена около \$30 тыс./номер

Около 400 клиентских изданий – цена около \$80 тыс./номер

Оборот рынка в Москве – около \$250 млн. (без учета дистрибуции)

---

# АУТСОРСИНГ VS INHOUSE

---

**10%**

С натяжкой 10% российских корпоративных изданий выпускается внешними издателями. В Москве этот показатель достигает 20-25%, в регионах – едва дотягивает до 5%



# КОНКУРЕНЦИЯ

---

За последние 2 года активизировался именно рынок аутсорсинга, более интенсивно стала развиваться конкуренция между издателями

## **ОБООУДНЫЙ ПРОЦЕСС**

- на рынок пришли крупные игроки, следовательно, он начал активнее развиваться
  - рынок начал развиваться, потому что на него пришли крупные игроки
-

# ИГРОКИ

---

## ДВА ОСНОВНЫХ ТИПА

- структурные подразделения ИД традиционной прессы (Ателье Афиша, Издательский синдикат и другие)
- независимые издательства (Медиалайн)

Оба типа появились на рынке позже, чем два года назад, но раньше они были на уровне подсобно-вспомогательной деятельности

---

# РАЗВИТИЕ РЫНКА. СТРУКТУРИЗАЦИЯ РЫНКА.

---

## Причины:

1. Высокая конкуренция в сегменте традиционных СМИ
  2. Многие крупные корпорации начали «приводить себя в порядок»
    - а. Хороший (зачастую) западный менеджмент
    - б. Начали воспринимать корпоративную прессу как эффективный инструмент
  3. Для того чтобы он реально работал, его должны делать профессионалы
  4. Намечается специализация издательств корпоративной прессы
-

# РАЗВИТИЕ РЫНКА. РЕКЛАМА.

---

На рынке print и online стагнация. Много бюджетов, но эффективных инструментов его размещения – мало.

Поиск новых ниш – новые возможности для корпоративной прессы

---

# ТЕНДЕРЫ

---

регулярное проведение тендеров на издание корпоративных изданий

- тендер на новый дизайн корпоративного журнала «Норильский Никель» (победитель – «Издательский синдикат»)
- тендер на издание инфлайта авиакомпании «Аэрофлот» (победитель – «СПН-медиа»)
- тендер на издание нового журнала реалити-шоу «Дом-2»
- большое количество «неанонсируемых» тендеров

Причем в результате этих тендеров зачастую менялись издатели этих СМИ (журнал «Мир Аэрофлота» в марте 2007 года поменял издателя, Дом-2 также сменил издателя в 2007 году в связи с тем, что аудитория издания начала сокращаться и было необходимо новое позиционирование).

---

# РЕЙТИНГ ТОП-10 ИЗДАТЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕССЫ В РОССИИ (ПО ТИРАЖУ)

№	Название	Совокупный тираж (год)	Количество изданий	Клиенты	Год основания
1	ИД “Гудок” (РЖД)	26,8 млн. (без учета газеты «Гудок»)	22	РЖД	1917
2	Custom Publishing (подразделение ИД Independent Media)	10,5 млн.	8	Арбат-Престиж, Panasonic, Снежная королева	2004
3	Медиалайн	6,9 млн.	17	Почта России, Еврохим, Вимм-Билль-Данн	2004
4	Ателье Афиши (ИД “Афиша”)	4,6 млн.	25	Тройка Диалог, Альфа Страхование, БАТ, Азбука Вкуса	2004
5	SPN Publishing (группа компаний SPN)	3,3 млн.	4	Аэрофлот, ГТК Россия, AiRUnion	1991
6	Медиасервис (ИД “Гудок”)	1,9 млн.	9	Трансконтейнер, ФК Локомотив, Ренессанс Страхование, Транстелеком	2007
7	ИД Hachette Filipacchi Shkulev	1,4 млн.	2	ЦУМ, Mercury	1995
8	Издательский синдикат (ИД “Коммерсантъ”)	0,8 млн.	6	Ресо, ТВЦ, Уралсиб	2005
9	Бюро корпоративных изданий (Издательство Жигулевского)	0,8 млн.	5	ТЦ «Фокус», Институт отраслевого питания, Русский проект	2005
10	Рекламно-издательский комплекс “Галерия”	0,4 млн.	3	Аэрофлот, ЦИК	1996

---

**Спасибо за внимание**

---