

Департамент средств массовой информации

и рекламы города Москвы

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

по результатам исследования

на тему:

«МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ МОСКОВСКОГО РЫНКА ПЕЧАТНЫХ СМИ и ПОЛИГРАФИИ

в 2022 ГОДУ»

Москва 2022 г.

Оглавление

1. Состояние московского рынка печатных СМИ, рекламы в печатных СМИ, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.) 8

Общая характеристика московского рынка печатных СМИ 8

Таблица 1. Данные по рынку рекламы России, 2021 год 9

Таблица 2. Рынок рекламы в печатных СМИ, 1 полугодие 2022 г. 10

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по типам (газеты, журналы и т.д.) 13

Таблица 3. Динамика количества зарегистрированных СМИ в России, тыс. шт., 2014-2022 гг..... 13

Таблица 4. Динамика количества новых зарегистрированных СМИ в России, 2019-2022 гг. 13

Таблица 5. Выпуск газет в СССР и РФ, 1940-2021 гг. 15

Таблица 6. Выпуск журналов, сборников и бюллетеней в СССР и РФ, 1940-2021 гг..... 16

Таблица 7. Количество зарегистрированных печатных СМИ по типам изданий, 2017-2021 гг. 17

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по принадлежности (федеральные, городские, окружные, районные и т.д.) и по территории распространения 18

Таблица 8. Количество зарегистрированных газет по принадлежности и территории распространения, 2017-2021 гг. 19

Таблица 9. Количество зарегистрированных печатных журналов по принадлежности и территории распространения, 2019-2021 гг. 21

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по тематическим группам... 21

Таблица 10. Количество зарегистрированных печатных газет по тематическим группам, 2017-2021 гг. 22

Таблица 11. Количество зарегистрированных печатных журналов по тематическим группам, 2017-2021 гг. 24

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по виду распространения (платное, бесплатное, комбинированное распространение) 25

Таблица 12. Количество торговых объектов по розничному распространению печатных СМИ в Москве, 2022 г. 26

Таблица 13. Количество торговых объектов по розничному распространению печатных СМИ на территории административных округов г. Москвы, 2022 год. 27

Объемы продаж зарегистрированных периодических печатных изданий (подписка, розница) 28

Рисунок 7. Динамика российского рынка печатных СМИ. Продажи копий печатных СМИ в розницу и по подписке, млрд экз. 29

Ключевые участники рынка, включая медиа-холдинги, редакции федеральных, городских, окружных и районных изданий 29

Таблица 14. ТОП-10 Издательских домов России по суммарной аудитории газет, включая Электронные ресурсы изданий, AIR. 29

«ИМ-Медиа» («Иванов Монамс Медиа») 31

Таблица 15. Характеристика изданий ИД «ИМ-Медиа» 31

ИД «Бурда» 42

Таблица 16. Характеристика изданий ИД «Бурда» 42

Shkulev Media Holding 51
Таблица 17. Характеристики изданий Shkulev Media Holding 52
АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» 53
Таблица 18. Характеристики изданий АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» 54
ИД «Толока» 55
Таблица 19. Характеристики изданий ИД «Толока» 55
Таблица 20. Характеристики изданий ИД «Комсомольская правда». 61
Independent Media 62
Таблица 21. Характеристики изданий Independent Media 62
ИД «Пресс-курьер» 64
Таблица 22. Характеристики изданий ИД «Пресс-курьер» 64
ИД «Аргументы и факты» 71
Таблица 23. Характеристики изданий ИД «Аргументы и факты» 72
ИД «Московский Комсомолец» 73
Таблица 24. Характеристики изданий ИД «Московский Комсомолец» 73
ИД «Семь дней» 74
Таблица 25. Характеристики изданий ИД «Семь дней» 74
ИД «За рулем» 75
ИД «Metro» 76
Основные тенденции развития московского рынка печатных СМИ 77
Динамика развития московского рынка распространения печатных СМИ 78
Доля рынка печатных СМИ города Москвы относительно печатного рынка России, динамика и тенденции 78
Объемы инвестиций 82
Развитие издателями бизнеса, мультимедийность 86
Данные по читательской аудитории, объемам рекламы (в печатных СМИ, онлайн-ресурсах) и объемам продаж изданий. ТОП-10 по основным тематикам 92
Анализ читательской аудитории города Москвы 92
Таблица 26. Среднесуточное потребление медиа в России, мин. 93
Таблица 28. ТОП издательских домов Москвы по суммарной аудитории номера, 2022 год 97
Таблица 29. Рейтинг газет с платным распространением по аудитории одного номера, Москва 99
Таблица 30. Рейтинг ежемесячных журналов и журналов, выходящих 1 раз в 2 месяца по аудитории одного номера, Москва 100
Таблица 31. Рейтинг еженедельных журналов и журналов, выходящих 1 раз в 2 недели по аудитории одного номера, Москва 101
Анализ объемов рекламы в печатных СМИ. 102
Структура доходов от рекламы 102
Таблица 32. Структура рекламного рынка России в 2000-2021 гг., % 102
Таблица 33. Объем рекламного рынка России в 2000-2021 гг., млрд руб. 103
Объемы рекламных продаж в печатных СМИ 105
Таблица 34. Объем рекламных доходов в печатной прессе, 1 полугодие 2022 г. 106

Таблица 35. Помесячная динамика рекламных бюджетов в центральной прессе, 1 полугодие 2022 г. ... 106
Таблица 36. Динамика объемов рекламы в прессе в 1-3 квартале 2022 ... 106
Таблица 37.Динамика объемов рекламы в центральной и региональной прессе за 1-3 квартал 2022 года. ... 107
Основные рекламодатели в рекламной выручке печатных СМИ ... 107
Таблица 38. Крупнейшие товарные категории в центральной печатной прессе, 1 полугодие 2021-2022 гг. ... 108
Доля газет и журналов в рекламных продажах ... 110
Таблица 39. Объем рекламных бюджетов в центральной прессе по типам изданий, 1 полугодие 2021-2022 гг. ... 110
Таблица 40. Объемы рекламных бюджетов по тематическим категориям печатных СМИ, 1 полугодие 2021-2022 гг. ... 111
Таблица 41. Объем рекламных доходов в печатной прессе в 1 и 2 кварталах 2021-2022 гг. ... 112
Анализ объемов продаж печатных СМИ. Рейтинги объемов продаж по сравнению с прошлыми периодами. ТОП-10 по основным тематикам ... 112
Основные проблемы московского рынка печатных СМИ, возможные пути их решения ... 114
Оценка адаптации операторов московского рынка печатных СМИ к изменениям на рынке ... 116
Оценка мер государственной поддержки и регулирования ... 118
Комментарии представителей отрасли ... 127

2. Состояние рынка полиграфических услуг города Москвы, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.) ... 132

Общая характеристика рынка полиграфических услуг города Москвы ... 132
Доля рынка полиграфических услуг города Москвы относительно полиграфического рынка России, динамика и тенденции ... 135
Таблица 42. Число организаций, занимающихся полиграфической деятельностью и копированием носителей информации, сдававших отчетность за в 2019-2021 гг. ... 136
Таблица 43. Количество полиграфических организаций по видам деятельности в Российской Федерации в 2019-2021 гг. ... 137
Таблица 44. Количество полиграфических организаций по видам деятельности в Москве в 2019-2021 гг. ... 137
Основные тенденции и динамика развития рынка полиграфических услуг московского региона 140
Таблица 45. Оборот организаций по видам экономической деятельности в действующих ценах 140
Таблица 46. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности на конец периода ... 141
Таблица 47. Индексы производства по видам деятельности ... 141
Таблица 48. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по основным видам обрабатывающих производств в действующих ценах ... 142
Таблица 49. Объемы печатных услуг и услуг по копированию ... 142

Таблица 50. Основные характеристики выпуска непериодических книг и брошюр. Сравнение данных 1 полугодия 2021 г. и 2022 г. 143
Таблица 51. Выпуск книг и брошюр субъектами РФ. 1 полугодие 2022 г. (01.01.2022 — 30.06.2022)..... 143
Таблица 52. Финансовый результат деятельности организаций по видам экономической деятельности в январе-июле 2022 г. 144
Основные участники полиграфических услуг..... 144
Ключевые участники рынка полиграфических услуг (ТОП-10) в течение исследуемого периода 146
Российские целлюлозно-бумажные комбинаты — партнеры издателей на московском полиграфическом рынке, виды производимой полиграфической продукции 156
Динамика изменения цен на печатную продукцию и услуги в сфере полиграфической деятельности в течение исследуемого периода..... 157
Таблица 53. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 158
Таблица 54. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 158
Таблица 55. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности на конец периода..... 158
Таблица 56. Максимальное и минимальное изменение цен в августе 2022 г. на отдельные группы непродовольственных товаров к соответствующему периоду предыдущего года, в процентах 159
Динамика изменения цены на бумагу в печати..... 159
Таблица 57. Производство основных видов продукции целлюлозно-бумажного производства, издательской и полиграфической деятельности в Российской Федерации..... 160
Таблица 58. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 161
Таблица 59. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 161
Таблица 60. Средние цены производителей на отдельные виды промышленных товаров по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 162
Таблица 61. Средние цены производителей на отдельные виды промышленных товаров по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)..... 162
Таблица 62. Динамика цен на бумагу, 2014–2022 гг., руб. 162
Основные проблемы рынка полиграфических услуг московского региона, возможные пути их решения 163
Антикризисные меры, применяемые в отрасли для стабилизации цен на рынке полиграфических услуг..... 165
Оценка адаптации операторов московского рынка полиграфических услуг к изменениям на рынке в связи с вводимыми экономическими санкциями в отношении РФ и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19)..... 167
Оценка мер государственной поддержки и регулирования, принятых в связи с вводимыми экономическими санкциями в отношении РФ и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19), уровень востребованности у предпринимателей и предприятий 167
Комментарии представителей отрасли..... 168

3. Состояние московского рынка окружных и районных печатных СМИ, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.) 170
Окружные газеты 171
Таблица 63. Окружные печатные СМИ г. Москвы 171
Районные газеты 187
Таблица 64. Районные газеты 187
Основные проблемы московского рынка окружных и районных печатных СМИ, возможные пути их решения 195
4. Электронные версии окружных и районных изданий города Москвы, динамики его изменения в течение исследуемого периода 197
Таблица 65. Электронные версии окружных и районных изданий ВАО 197
Таблица 66. Электронные версии окружных и районных изданий ЗАО 205
Таблица 67. Электронные версии окружных и районных изданий ЗелАО 210
Таблица 68. Электронные версии окружных и районных изданий САО 214
Таблица 69. Электронные версии окружных и районных изданий СВАО 222
Таблица 70. Электронные версии окружных и районных изданий СЗАО 231
Таблица 71. Электронные версии окружных и районных изданий ТиНАО 235
Таблица 72. Электронные версии окружных и районных изданий ЦАО 236
Таблица 73. Электронные версии окружных и районных изданий ЮАО 239
Таблица 74. Электронные версии окружных и районных изданий ЮВАО 243
Таблица 75. Электронные версии окружных и районных изданий ЮЗАО 248
Таблица 76. Электронные версии окружных и районных изданий «Мой район. Москва» 252
Основные проблемы московского рынка окружных и районных электронных изданий СМИ, возможные пути их решения 254

Список диаграмм

Рисунок 1. Основные типы зарегистрированных СМИ в России, 2022 г. 14
Рисунок 2. Динамика количества новых зарегистрированных СМИ в России, 2019-2022 гг. 15
Рисунок 3. Структура зарегистрированных печатных СМИ в РФ по типам изданий, %, 2021 г. 18
Рисунок 4. Структура зарегистрированных печатных СМИ в Москве по типам изданий, %, 2021 г. 18
Рисунок 5. Структура зарегистрированных печатных газет по принадлежности, 1 полугодие 2022 г. 20
Рисунок 6. Динамика объема российского рынка печатных СМИ. Доходы от продаж в розницу и по подписке, млрд руб. 28
Рисунок 7. Динамика российского рынка печатных СМИ. Продажи копий печатных СМИ в розницу и по подписке, млрд экз. 29
Рисунок 8. Динамика объема московского рынка распространения печатных СМИ, млрд руб. 78
Рисунок 9. Динамика московского рынка печатных СМИ. Продажи прессы в розницу и по подписке, млрд экз. 79
Рисунок 10. Структура платного распространения печатных СМИ в России в 2022 г., тираж, % 80
Рисунок 11. Структура платного распространения печатных СМИ в Москве в 2022 году, тираж, % 81
Рисунок 12. Индекс доверия СМИ 92
Рисунок 13. Совокупные объемы аудитории прессы, март-июль 2022 г. 94
Рисунок 14. Динамика аудитории печатных СМИ в России. 95
Рисунок 15. Динамика аудитории печатных СМИ в Москве 95
Рисунок 16. Динамика аудитории печатных СМИ в России 96
Рисунок 17. Наиболее популярные тематики печатных СМИ России по аудитории одного номера, AIR, тыс. чел. 98
Рисунок 18. ТОП-10 изданий: мужская аудитория 98
Рисунок 19. ТОП-10: женская аудитория 99
Рисунок 20. ТОП-15 рекламодателей в прессе. 109

1. Состояние московского рынка печатных СМИ, рекламы в печатных СМИ, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.)

Общая характеристика московского рынка печатных СМИ

Даже в эпоху интернета и растущей роли электронных СМИ печатная продукция по-прежнему остаётся важным носителем национального культурного кода и информации, иногда даже самым эффективным.

Несмотря на бурное развитие цифровых медиа, в России сегодня выходит в свет более 40 тысяч периодических печатных изданий. При этом основная часть федеральных изданий выпускается в Москве. По данным Российской книжной палаты 14% наименований газет и 86% наименований журналов издается в столице. Москва по праву считается центром российского издательского бизнеса. В столице имеют головной офис около 50 доминирующих на рынке газетных и журнальных национальных компаний, занимающих по оценкам экспертов долю ~ 60% по обороту печатного рынка и ~ 75% российского рекламного рынка прессы. Годовой объем рынка печатных СМИ Москвы по тиражу в 2021 году составил ~140 млн экземпляров и 8,1 млрд рублей.

В настоящее время в условиях тотального применения санкций против РФ издатели отмечают существенные риски для осуществления их деятельности. У типографий, которые оказывают услуги по производству газет и журналов, запасные части на оборудование и комплектующие (пластины, краски) являются товарами иностранного производства и закупаются у иностранных поставщиков с расчетами в евро. На сегодняшний день с учетом курса евро и роста расходов на логистику рост расходов на закупку полиграфических материалов составил 60%. Бумажные комбинаты обсуждают и прогнозируют рост тарифов на бумагу на 30-40%. В связи с вышеизложенным, типографии для покрытия своих расходов будут вынуждены увеличить тарифы на печать издания не менее, чем на 30-40%. Реальный рост расходов сейчас спрогнозировать более точно не представляется возможным, учитывая имеющийся потенциальный риск полного закрытия типографий.

При возможных проблемах с поставками этих материалов возможны перебои с изготовлением выпускаемых газет и журналов, как следствие –

поднятие цен на типографские услуги. Типографии активно проводят мониторинги и тестируют расходные материалы других производителей.

По итогам 2021 года московский рынок рекламы в прессе составил около 5.2 млрд. руб.

С точки зрения рекламной активности 2021 год для печатных СМИ России в целом, и Москвы в частности, оказался удачным. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), рекламные доходы газет и журналов увеличились на 2% по сравнению с 2020 годом. Основным драйвером роста стали газеты, продемонстрировавшие увеличение рекламных поступлений на 3%, в то время как в журналах рост составил всего 1%.

Таблица 1. Данные по рынку рекламы России, 2021 год

Сегменты	2021 год, млрд руб.	динамика к 2020 году, %
Телевидение	197.3	17%
в т.ч. Основные каналы	*188.1*	*17%*
Тематические каналы	*9.2*	*22%*
Радио	14.0	25%
Пресса	8.2	2%
в т.ч. Газеты	*3.0*	*4%*
Журналы	*5.2*	*1%*
Out of Home	45.0	40%
в т. ч. Наружная реклама	*38.3*	*41%*
в т.ч. Классические рекламоносители	23.6	28%
Цифровые рекламоносители	14.7	69%
Транзитная реклама	*4.1*	*21%*
Indoor-реклама	*2.3*	*64%*
Реклама в кинотеатрах	*0.31*	*15%*
Интернет	313.8	24%
в т.ч.Search	*138.0*	*32%*
Видео (branding)	*32.9*	*22%*
Прочее	*142.9*	*18%*
ИТОГО по сегменту рекламы в медиа	578.3	22%
ИТОГО по сегменту маркетинговых услуг	109.1	20%

Источник: АКАР

Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС в 2021 году составил свыше 578 млрд руб., что на 22% больше, чем годом раньше. Реклама в печатной прессе и в digital-сегменте издательского контента показала положительную динамику, доходы стабилизировались после кризисных событий, связанных с ковидными ограничениями, а издатели продемонстрировали возможности своих рекламоносителей к развитию, как в бумажных версиях, так и в цифровых. Ведущие издательские дома сохранили свои позиции в медиамиксе, диверсифицировали свои рекламные возможности. Доходы от рекламы на цифровых носителях росли в 2021 году опережающими темпами и более чем компенсировали потери от доходов в принте.

Таблица 2. Рынок рекламы в печатных СМИ, 1 полугодие 2022 г.

Подсегменты	**2020**		**2021**		**2022**		**2022/2021**	
	1 кв.	**1 пол.**	**1 кв.**	**1 пол.**	**1 кв.**	**1 пол.**	**1 кв.**	**1 пол.**
Центральная, в т.ч.:	**2 150**	**3 300**	**1 530**	**3 020**	**1 410**	**2 050**	**-8%**	**-32%**
Газеты	*600*	*730*	*470*	*750*	*370*	*540*	*-21%*	*-28%*
Журналы	*1 550*	*2 570*	*1 060*	*2 270*	*1 040*	*1 510*	*-2%*	*-33%*
Региональная, в т.ч.:	**580**	**880**	**390**	**770**	**230**	**350**	**-41%**	**-55%**
Газеты	*410*	*610*	*290*	*530*	*175*	*265*	*-40%*	*-50%*
Журналы	*170*	*270*	*100*	*240*	*55*	*85*	*-45%*	*-65%*
Итого, в т.ч.:	**2 730**	**4 180**	**1 920**	**3 790**	**1 640**	**2 400**	**-15%**	**-37%**
Газеты	*1 010*	*1 340*	*760*	*1 280*	*545*	*805*	*-28%*	*-37%*
Журналы	*1 720*	*2 840*	*1 160*	*2 510*	*1 095*	*1 595*	*-6%*	*-36%*

Источник: АКАР

В отношении ситуации на рекламном рынке большинство экспертов в настоящее время отказались делать прогнозы, ввиду возможности планирования деятельности организаций только на очень краткий срок, не больше месяца. Но очевидно, что на деятельности рекламного рынка уже сказываются вводимые санкции.

В социальных сетях и на новостных ресурсах уже начались переносы и остановки рекламных кампаний. Компании будут «жить по сдержанному сценарию», в ближайшее время могут быть заморожены инвестиционные проекты, сделки M&A. В зависимости от текущей ситуации, рынок будет вынужден переориентироваться, и пока неизвестно, реклама и продвижение каких товаров останутся актуальными. Ожидается серьезное снижение доли крупных иностранных рекламодателей на рекламном рынке.

Отмечается существенный риск снижения доходов от размещения рекламы в связи с неопределенной ситуацией на рынках:

- уход зарубежных рекламодателей;
- снижение рекламных бюджетов компаний топливо-энергетического сектора, металлургов (санкции);
- финансовый сектор почти полностью отказывается от размещения рекламы.

По состоянию на сегодняшний день отмечается отказ по запланированным рекламным кампаниям и публикациям на ближайшее время. Это дает основание предполагать, что полностью откажутся от проведения рекламы рекламодатели таких сегментов как:

- ✓ Фармацевтика и медицинские услуги
- ✓ Развлекательные услуги (кинопрокат, производители игр и другие)
- ✓ Строительные услуги
- ✓ Одежда и обувь
- ✓ Производители автомобилей (кроме китайских и корейских компаний)

Снизят свои рекламные бюджеты в 2-4 раза рекламодатели следующих сегментов:

- ✓ Недвижимость
- ✓ Развлекательные услуги (выставки, концерты и другие)
- ✓ Туризм
- ✓ Продукты питания

Проведут несущественное сокращение своих бюджетов (5-10%) или не будут их сокращать рекламодатели таких сегментов как:

- ✓ Государственные учреждения
- ✓ Финансы
- ✓ Образовательные услуги и услуги по подбору персонала

На текущий момент ряд крупных иностранных рекламодателей изменили формат своей деятельности в России, что безусловно отразится на рекламном рынке и доходах издателей.

В том, что касается актуальных прогнозов, то пока эксперты не готовы говорить о конкретных цифрах изменений рекламных бюджетов. Первый квартал 2022 года в основном выполнен, поскольку практически все рекламные размещения были забукированы, а в случае глянцевых журналов – уже вышли на бумаге и в цифре. Пока эксперты говорят о сокращении объема рекламы в прессе на 25-30% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

В медиасообществе активно обсуждаются потенциальные потери российского рекламного рынка и даются прогнозы дальнейшего развития

ситуации. Если в первые недели спецоперации на Украине эксперты давали большой разброс оценок падения по отношению к 2021 году, то сегодня разброс значений сводится от минус 30% до минус 70% падения в зависимости от отрасли. Также эксперты отмечают, что в связи с уходом крупных рекламодателей с российского рынка просели отдельные категории товаров, а в других наблюдается смена игроков по объёмам занимаемых долей рынка. Причем заменить уходящих клиентов и вывести на рынок новые бренды, а также обеспечить им лояльность целевых аудиторий достаточно быстро не удастся. Будущее наружной рекламы и печатной прессы определят волатильность рубля и дефицит импортных материалов, так как это приведёт к росту издержек и снижению интереса клиентов. При этом в диджитал-компоненте сегменты имеют шансы на стабилизацию. Эксперты считают, что одним из главных потенциалов роста рекламного рынка и важным фактором, определяющим восстановление экономики, является сотрудничество с отечественными брендами.

За прошедший отчетный период объем потребления и продаж населению тиражей печатной периодики продолжал сокращаться. Традиционные модели издательского бизнеса, доминирующие не одно столетие, быстро и серьезно изменяются – помимо бумажного носителя, неотъемлемой их частью стали мобильные каналы доставки контента онлайн и прямая коммуникация с читателями через социальные сети, что помогает сохранить и нередко даже нарастить аудиторию.

На фоне событий на Украине и обострения информационной войны против России пресса остается серьезным источником достоверной и профессиональной информации, которая позволяет бороться с потоком фейков в интернете, обрушивающимся на российских граждан. Газеты и журналы сегодня – это важный инструмент укрепления информационной безопасности страны. Однако общая рыночная ситуация для газетного и журнального бизнесов заметно ухудшилась, реальная доступность печатных газет и журналов для населения в России существенно уменьшилась. Стало ясно, что справиться с новыми вызовами издатели печатной прессы могут лишь на путях ускоренного завершения строительства «новой экономики», базирующейся на объединении возможностей «печати» и «цифры». Ведь только так можно расширить и омолодить аудиторию; улучшить экономические показатели; повысить уровень информационной и рекламной привлекательности печатной периодики, организовать широкую дистрибуцию её контента и в офлайне, и в онлайне.

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по типам (газеты, журналы и т.д.)

Согласно данным Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), количество действующих СМИ в российском реестре зарегистрированных средств массовой информации на 1 июля 2022 года составляло 59.2 тысяч наименований, тогда как на 1 января 2015 года в нём числилось 85 тысяч СМИ. Сокращение количества зарегистрированных в России СМИ происходит преимущественно за счет изданий, которые не выходят более года. При этом в стране ежегодно появляются новые участники рынка - в 2021 году было зарегистрировано 2.8 тыс. СМИ, а за два квартала 2022 года – 1.3 тыс. СМИ, из них 240 новых печатных изданий

Таблица 3. Динамика количества зарегистрированных СМИ в России, тыс. шт., 2014-2022 гг.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Всего СМИ	86,9	85	83,35	77,58	72,07	65,85	62,2	61,8	59,2
Печатных СМИ	63,52	61,96	54,2	52,63	47,88	42,88	39,8	39,4	37,2

Источник: Роскомнадзор

*Примечание: * - 1-2 кв. 2022 г.*

Если рассматривать общую динамику количества зарегистрированных СМИ в России, то их количество за последние 8 лет сократилось на -31.9%. За этот же период количество печатных СМИ уменьшилось на -41.4%.

Таблица 4. Динамика количества новых зарегистрированных СМИ в России, 2019-2022 гг.

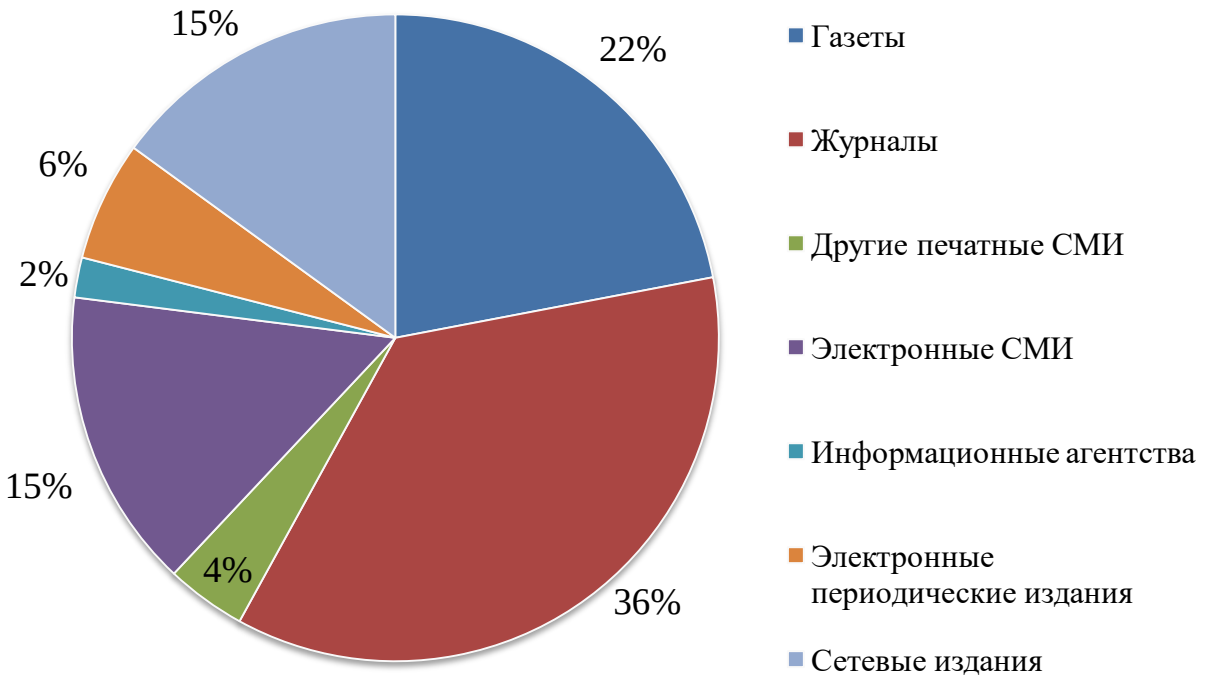
Основные показатели	2019	2020	2021	2022
Зарегистрировано всего, в т.ч.:	**2245**	**2138**	**1786**	**856**
печатных изданий	802	627	506	240
сетевых изданий	980	1053	954	471
информационных агентств	39	61	65	43
Электронных средств массовой информации	424	397	261	102

Источник: Роскомнадзор

По данным Роскомндазора за 1 полугодие 2022 года в общем количестве зарегистрированных СМИ доля газет составила 22%, доля журналов – 36%, то

есть более половины зарегистрированных СМИ пришлось именно на печатную продукцию.

Рисунок 1. Основные типы зарегистрированных СМИ в России, 2022 г.

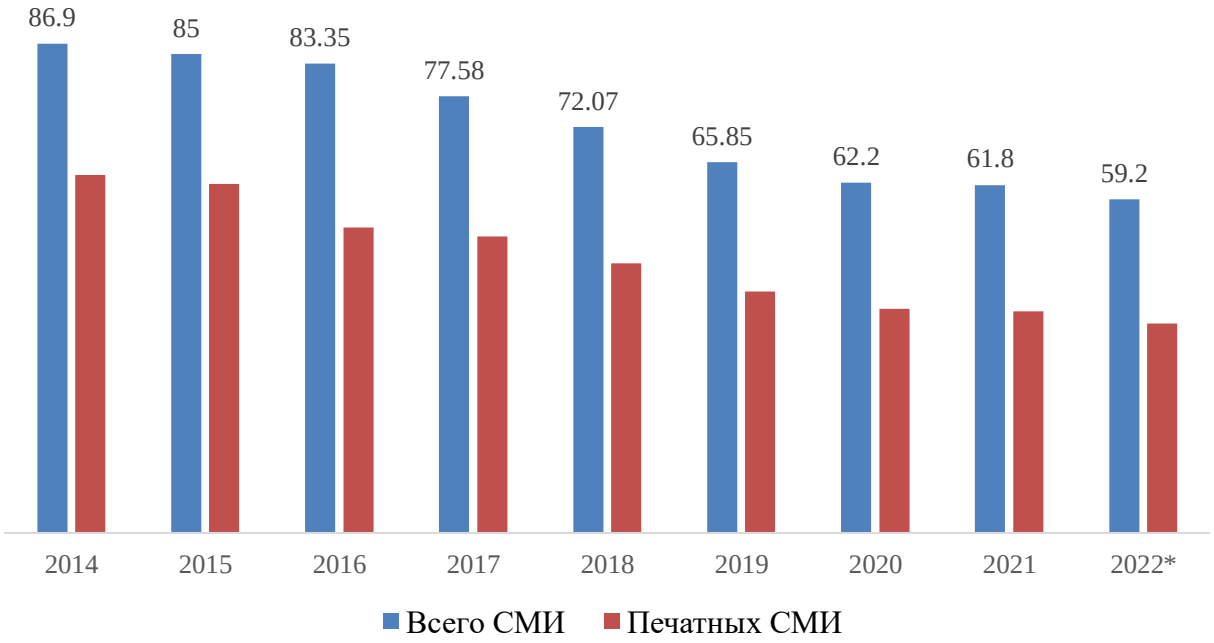


Источник: Роскомнадзор

**Примечание: действующие зарегистрированные издания в 3 кв.2022 г.*

На конец 2 квартала 2022 года в Реестре общее количество зарегистрированных в России СМИ сократилось на 4.2% по сравнению с 2021 годом, а количество печатных СМИ уменьшилось на -5.6%. Тренд остался тот же, что и последние пять лет: количество зарегистрированных СМИ сокращается, издательства и агентства укрупняются. Но темпы сокращения количества изданий стали ниже. В 2020 году их стало меньше на 7,2%, несмотря на пандемию COVID-19, в 2019 году перечень сократился на 10,4%, в 2018 – на 9%. Ситуация с регистрацией печатных СМИ находится в том же отрицательном тренде.

Рисунок 2. Динамика количества новых зарегистрированных СМИ в России, 2019-2022 гг.



Однако эксперты рынка уверены, что будущее у бумажной прессы есть, и трансформация рынка продолжится благодаря поддержке бумажной прессы со стороны государства, отдельных субъектов Российской Федерации и в немалой степени на основе диверсификации бизнеса самих издателей, которые развивают другие источники доходов, в том числе свои онлайн-ресурсы.

Таблица 5. Выпуск газет в СССР и РФ, 1940-2021 гг.

Распределение по годам	Число изданий	Число номеров	Средний разовый тираж, тыс. экз.	Общий годовой тираж, тыс. экз.	Средний разовый тираж одной газеты, тыс. экз.
1940	5730	604268	25126	5094619	4,4
1950	5021	543290	25451	5048429	5,1
1960	4474	585561	45629	11053327	10,2
1970	4445	568719	93715	22766660	21,1
1980	4413	502822	119574	29245100	27,1
1990	4808	523866	165546	3785263	34,4
2000	5758	377280	108273	7138919	18,8

2010	9657	403005	214560	9525243	22,2
2011	10152	411820	231685	8259281	22,8
2012	10681	453442	238401	9330444	22,3
2013	11109	466798	258913	9544406	23,3
2014	11061	469079	247269	9421802	22,4
2015	10504	406381	203053	7658258	19,3
2016	10051	388672	217192	6844620	21,6
2017	9542	388112	175577	6722708	18, 4
2018	8984	365385	157573	6069285	17,5
2019	8503	334248	140150	5457035	16,5
2020	7867	309373	138302	4585759	17,6
2021	**7324**	**288568**	**120278**	**4318720**	**16,4**

Источник: Российская книжная палата

Таблица 6. Выпуск журналов, сборников и бюллетеней в СССР и РФ, 1940-2021 гг.

Распределение по годам	Число изданий	Число номеров	Общий годовой тираж, тыс. экз.	Число изданий (журналы)	Число номеров (журналы)	Общий годовой тираж, тыс. экз.
1940	1214	11891	207201,0	488	5445	174742,0
1950	905	8031	158394,0	295	3407	123210,0
1960	2361	18183	648680,0	600	6731	501980,0
1970	4134	35622	2112609,0	788	8729	1683854,0
1980	3960	37717	2487991,0	954	10291	2025725,0
1990	3681	31502	5010224,0	1140	11335	2687102,0
2000	3570	27179	606556,0	2781	21368	496593,0
2010	7049	57912	1847834,0	6328	52130	1822614,0
2011	7812	64063	1953210,0	7068	58205	1931449,0
2012	8052	66522	1837257,0	7330	60531	1809925,0
2013	8599	74459	1904530,0	7811	68499	1879729,0

Распределение по годам	Число изданий	Число номеров	Общий годовой тираж, тыс. экз.	Число изданий (журналы)	Число номеров (журналы)	Общий годовой тираж, тыс. экз.
2014	8846	70301	1736060,0	8115	65411	1722497,0
2015	8847	70493	1498134,0	8173	65888	1482699,0
2016	8177	58678	1383610,0	7632	55081	1370668,0
2017	8032	59234	1228591,0	7554	55679	1217052,0
2018	7678	53870	1055221,0	7222	50628	1044157,0
2019	7507	52940	957011,5	7072	49844	947354,7
2020	6851	43247	671135,3	6497	40669	666491,4
2021	**6708**	**45994**	**682668,9**	**6368**	**43239**	**674702,1**

Источник: Российская книжная палата

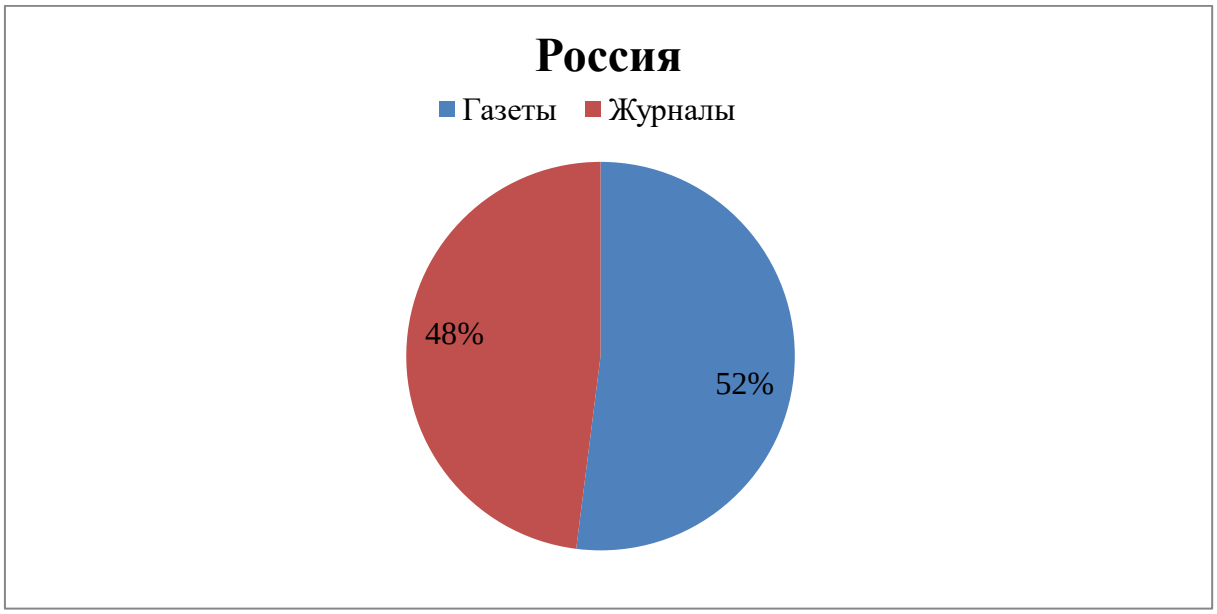
Таблица 7. Количество зарегистрированных печатных СМИ по типам изданий, 2017-2021 гг.

Год	Газеты, число изданий		Журналы, число изданий	
	РФ	Москва	РФ	Москва
2017	9 542	506	7 554	3 521
2018	8 984	511	7 222	3 373
2019	8 503	453	7 072	3 043
2020	7 867	539	6 851	3 003
2021	7 324	472	6 708	2 891

Источник: Российская книжная палата

Если рассматривать структуру зарегистрированных в России печатных изданий, то 52% приходится на газеты, а 48% от общего количества – на журналы. В Москве структура иная. Здесь сосредоточен выпуск большинства журналов, поэтому их доля составляет 86%, в то время как для газет – 14%.

Рисунок 3. Структура зарегистрированных печатных СМИ в РФ по типам изданий, %, 2021 г.



Источник: Российская книжная палата

Рисунок 4. Структура зарегистрированных печатных СМИ в Москве по типам изданий, %, 2021 г.



Источник: Российская книжная палата

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по принадлежности (федеральные, городские, окружные, районные и т.д.) и по территории распространения

К федеральным изданиям принято относить периодические издания, которые распространяются на территории всей Российской Федерации. К

региональным печатным изданиям относятся газеты и журналы, выходящие в регионах и обслуживающие население регионов: республик, краев и областей Российской Федерации. Локальными (местными) изданиями считаются печатные СМИ, не выходящими за пределы определенного места – города, района, поселения, предприятия. Понятие «местная газета» соотносит издание с определенной местностью, где находится основная масса её читателей, и выделяет его на основе признаков преобладающего содержания, связанного с жизнью и проблемами местных общностей. Наибольшее количество зарегистрированных в Российской книжной палате газет относится к городским. По состоянию на конец 2021 года их количество составляло 2170 наименований, 29.6% от общего количества. В 2020 году на их долю приходилось 32%. Таким образом доля городских газет в общем перечне зарегистрированных газет постепенно сокращается.

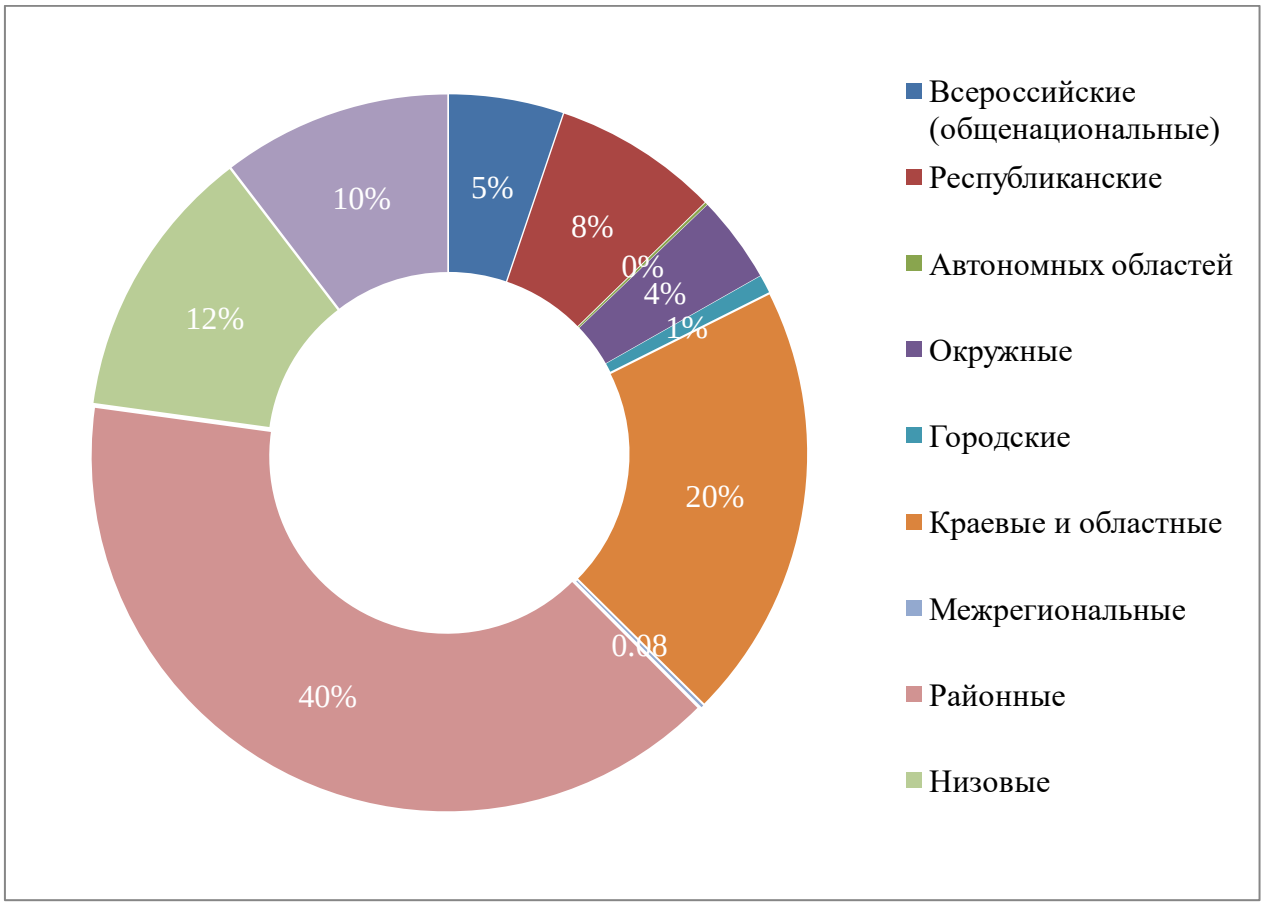
Таблица 8. Количество зарегистрированных газет по принадлежности и территории распространения, 2017-2021 гг.

Принадлежность (территория распространения)	Число газет*				
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Всероссийские (общенациональные)	384	350	320	304	276
Республиканские	536	511	475	456	405
Автономных областей	8	7	7	7	6
Городские	3229	2969	2 744	2705	2170
Окружные	52	44	45	45	46
Краевые и областные	1430	1352	1 230	1215	1060
Межрегиональные	9	8	11	11	6
Районные	2428	2351	2 260	2248	2128
Низовые	919	868	782	758	670
Прочие	**547**	**524**	**629**	**646**	557
Итого	**9542**	**8984**	**8503**	**8395**	**7324**

Источник: Российская книжная палата

Вторая категория по количеству наименований – это районные газеты. Их доля в 2021 году составила 29.1%, продемонстрировав рост с 27% в 2020 году. Краевые и областные газеты тоже составляют 14.5% наименований от числа зарегистрированных. Доля краевых и республиканских газет в общем перечне сократилась за последние пять лет сократилась на -25.9%.

Рисунок 5. Структура зарегистрированных печатных газет по принадлежности, 1 полугодие 2022 г.



Источник: Российская книжная палата

В каждом из 12 округов Москвы выходит своя окружная газета, финансируемая за счет префектуры и бесплатно распространяемая среди населения округа. В Восточном округе – это окружная газета «Восточный округ», в Западном округе – газета «На западе Москвы», в Северном округе – газета «Север столицы», в Северо-Восточном округе – газета «Звездный бульвар», в Северо-Западном округе – газета «Москва. Северо-Запад», в Центральном округе – газета «Москва. Центр», в Юго-Восточном округе – газета «Юго-Восточный курьер», в Юго-Западном округе – газета «За Калужской заставой», в Южном округе – газета «Южные горизонты», в Зеленограде – газета «41».

Окружные и районные газеты в Москве всегда занимали особое положение по отношению к общероссийским. Их, прежде всего, интересовали и интересуют не глобальные проблемы, а заботы и тяготы людей, живущих в территории распространения этих изданий.

В 2019 году в рамках программы мэра Москвы С.С. Собянина «Мой район» в столице снова начали выходить районные печатные газеты. В 2020 году их выпуск в печатном виде на фоне пандемии был приостановлен, и они

выходили только в электронной версии. Но в 2022 году выпуск всех районных газет города Москвы был восстановлен. И надо подчеркнуть, что окружные и районные газеты в Москве весьма неплохо справляются со своей главной задачей – информированием населения территории своего распространения с местной повесткой дня.

В структуре журнальной продукции 56.6% относится к общенациональным изданиям, таких журналов по данным Российской книжной палаты в РФ зарегистрировано 3800. На втором месте находятся краевые и областные журналы. Их доля в 2021 составила 23.3% от общего количества зарегистрированных журналов.

Таблица 9. Количество зарегистрированных печатных журналов по принадлежности и территории распространения, 2019-2021 гг.

Принадлежность (территория распространения)	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Всероссийские (общенациональные)	4185	3895	3800
Республиканские	556	500	482
Автономных областей	5	3	2
Окружные	39	40	40
Краевые и областные	1746	1597	1564
Межрегиональные	57	57	53
Районные	11	10	12
Городские	390	317	327
Низовые	57	44	46
Прочие	157	141	157
Международные	304	247	225
Итого	**7 507**	**6851**	**6708**

Источник: Российская книжная палата

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по тематическим группам

По данным Российской книжной палаты, наибольшее количество зарегистрированных газет в РФ относятся к группе популярных, в эту группу включаются развлекательные, кроссвордные и другие издания. В структуре зарегистрированных газет – это 36.8%. Доля этой группы стабильна и за последние пять лет оставалась неизменной. В 2017 году она составляла 36.3%.

Общественно-политические газеты занимают 27.1% в общем перечне зарегистрированных изданий, за последние 5 лет она увеличилась, в 2017 году

составляла 22.4%. Доля рекламных газет существенно снизилась, с 14.9% в 2017 году до 8.7% в 2021. Самое большое сокращение происходило в последние три года. Значительно сокращается количество изданий в следующих тематических группах: научно-популярные газеты, газеты национальных диаспор, литературно-художественные газеты, газеты казачества. В данных тематиках количество зарегистрированных наименований газет за последние три года сократилось более чем на 20%.

Таблица 10. Количество зарегистрированных печатных газет по тематическим группам, 2017-2021 гг.

Тематические группы	Число наименований газет				
	2017	2018	2019	2020	2021
Популярные газеты	3465	3300	3168	3139	2695
Общественно-политические газеты	2139	2099	2029	1995	1982
Рекламные газеты	1417	1199	1030	1020	638
Производственно-практические газеты	944	890	815	812	698
Духовно-просветительные газеты	279	267	248	243	193
Газеты для досуга	220	200	226	221	227
Официальные газеты	235	224	211	207	190
Иллюстрированные массовые газеты	182	185	178	174	175
Газеты для детей и юношества	115	110	103	101	107
Газеты для молодёжи	226	211	202	198	164
Газеты для семейного чтения	62	58	55	54	48
Газеты для мужчин	1	1	0	0	1
Газеты для женщин	77	81	85	83	77
Вечерние газеты	32	26	27	27	20
Научно-популярные газеты	44	38	34	33	29
Литературно-художественные газеты	13	9	10	9	8

Тематические группы	Число наименований газет				
	2017	2018	2019	2020	2021
Газеты национальных диаспор	42	38	33	32	29
Газеты общества инвалидов, общества слепых и глухих	26	31	29	28	26
Учебно-методические газеты	12	10	11	11	10
Газеты казачества	11	7	9	8	7
Итого	**9542**	**8984**	**8503**	**8395**	**7324**

Российская книжная палата, филиал ИТАР ТАСС

Согласно данным Российской книжной палаты, самой большой тематической группой по количеству зарегистрированных изданий среди журналов являются «Научные издания». К этой группе отнесено 50.7% журнальных изданий. И эта тематика до сих пор активно пополняется, несмотря на общее сокращения перечня периодических журналов за последние пять лет на -16.5%. Это самая устойчивая тематическая категория на журнальном рынке.

Второй значимой тематикой по количеству зарегистрированных журналов является «Производственно-практические издания». К данной тематике Российская книжная палата относит 15,9% журналов. Перечень зарегистрированных в ней изданий сократился за последние пять лет на -29.3%. Корпоративные издания чаще, чем другие переводят на онлайн версию. Популярные журналы, по данным Российской книжной палаты, составляют примерно 6.4% всех зарегистрированных журналов. Количество зарегистрированных изданий в тематике за последние три года сократилось на -12.8%.

Наиболее сильно перечень журналов за последние пять лет сокращался в следующих тематических группах: «Справочные издания» (-55.6%), «Издания для мужчин» (-50%), «Рекламные издания» (-73.4%).

Несмотря на общий отрицательный тренд по количеству зарегистрированных журналов, пока ещё остаются тематические группы с положительной динамикой: «Издания для досуга» (+41.8% наименований), «Литературно-художественные издания» (+8.5% наименований).

Таблица 11. Количество зарегистрированных печатных журналов по тематическим группам, 2017-2021 гг.

Тематические группы	Число наименований журналов				
	2017	2018	2019	2020	2021
Научные издания	3445	3383	3467	3455	3404
Научно-популярные издания	125	120	113	111	109
Информационные издания	153	147	141	138	129
Справочные издания	45	45	40	39	20
Иллюстрированные массовые издания	199	182	161	159	116
Издания для детей и юношества	202	217	196	193	199
Издания для молодёжи	40	31	35	33	23
Издания для женщин	88	89	79	78	53
Издания для мужчин	12	9	8	8	6
Издания для семейного чтения	183	166	153	150	99
Издания казачества	1	1	1	1	1
Издания национальных диаспор	4	5	3	3	3
Издания обществ инвалидов, обществ слепых и глухих	3	2	2	2	3
Популярные издания	720	665	618	608	427
Издания для досуга	280	332	378	372	397
Духовно-просветительные издания	100	102	95	92	82
Общественно-политические издания	118	104	99	97	94
Официальные издания	94	85	79	76	71
Учебно-методические издания	131	120	112	109	76
Производственно-практические издания	1506	1370	1291	1286	1064
Нормативные производственно-практические издания	38	37	38	16	33

Тематические группы	Число наименований журналов				
	2017	2018	2019	2020	2021
Рекламные издания	357	272	188	185	95
Литературно-художественные издания	188	194	210	209	204
Всего	**8032**	**7678**	**7507**	**7420**	**6708**

Российская книжная палата

Количество зарегистрированных периодических печатных изданий по виду распространения (платное, бесплатное, комбинированное распространение)

Подавляющее большинство платных периодических печатных изданий в России распространяется через подписку, в розничной продаже можно приобрести не более 5 тыс. наименований газет и журналов, включая региональную прессу. В розничной специализированной сети распространения периодических СМИ – около 1,5-2 тыс. наименований газет и журналов. Около 10-15% периодических печатных изданий: B2B, корпоративных и т.п. - распространяются бесплатно через альтернативные каналы сбыта. Часть периодических печатных изданий распространяется через книжные магазины, специализированный ритейл, например, аптеки, автомагазины, ателье, нишевые магазины ритейла.

По данным дистрибуторов на московском розничном рынке распространения печатных СМИ в регулярном ассортименте фактически присутствует около 1500 печатных журналов и около 300 газет. Количество печатных СМИ в розничном сегменте остаётся величиной достаточно постоянной, т.к. торговые площади под распространение прессы ограничены либо размером киоска/павильона, либо полочным пространством, выделяемым ритейлером под торговую группу «пресса». При этом наблюдается ротация ассортимента в зависимости от роста или падения популярности издания или специализации того или иного торгового объекта.

Таким образом, основными каналами распространения печатных СМИ в России являются розничные продажи и подписка, часть изданий распространяется на бесплатной основе в торговых точках на специальных стойках на конференциях, выставках и других мероприятиях, в аэропортах, ресторанах и других общественных местах.

По данным мониторинга 2022 года, в Москве 1982 магазина современного формата торговли (супермаркеты, гипермаркеты, магазины у дома и др.), в ассортимент которых включена товарная категория «Периодическая печать». Средняя площадь выкладки прессы в магазинах сетевого ритейла составляет от 1 до 10 погонных метра в зависимости от формата магазина. Максимальная площадь выкладки в форматах гипермаркет.

Почти все отделения почтовой связи в Москве включили в свой ассортимент периодические печатные издания. Особенно хорошо в отделения представлен ассортимент детских периодических изданий. На территории столицы в ходе мониторинга было выявлено 557 почтовых отделениях связи с ассортиментом периодической печатной продукции более 10 наименований различной тематики.

Таблица 12. Количество торговых объектов по розничному распространению печатных СМИ в Москве, 2022 г.

Формат торговых объектов		Количество объектов
А	**Специализированные объекты**	**1829**
	Киоски/ павильоны прессы	1477
	Торговые точки с прессой в метро, на ж.д. вокзалах и станциях	132
	Магазины в ТЦ, БЦ и в стационарных помещениях	87
	Пресс-стенды	133
В	**Неспециализированные объекты**	**2539**
	Супермаркеты/ гипермаркеты/ магазины у дома)/ дискаунтеры/ минимаркеты	1982
	Отделения почтовой связи	557
	Итого	**4368**

Источник: данные мониторинга объектов по распространению периодической печати

Примечание: без учета объектов, расположенных на территории московских аэропортов и закрытых учреждений (с пропускной системой входа)

Наибольшее количество торговых объектов по реализации периодической печати расположено в Восточном (581 торговых точек), Центральном (540 т. т.) и Южном (521 т. т.) административных округах. В прошлом году лидерами по количеству торговых объектов по распространению периодической печати были ЮАО, ВАО и ЦАО.

Наименьшее число торговых объектов по распространению прессы выявлено в Троицком, Зеленоградском и Новомосковском административных округах – 49, 76 и 80 торговых объектов прессы соответственно.

Таблица 13. Количество торговых объектов по розничному распространению печатных СМИ на территории административных округов г. Москвы, 2022 год.

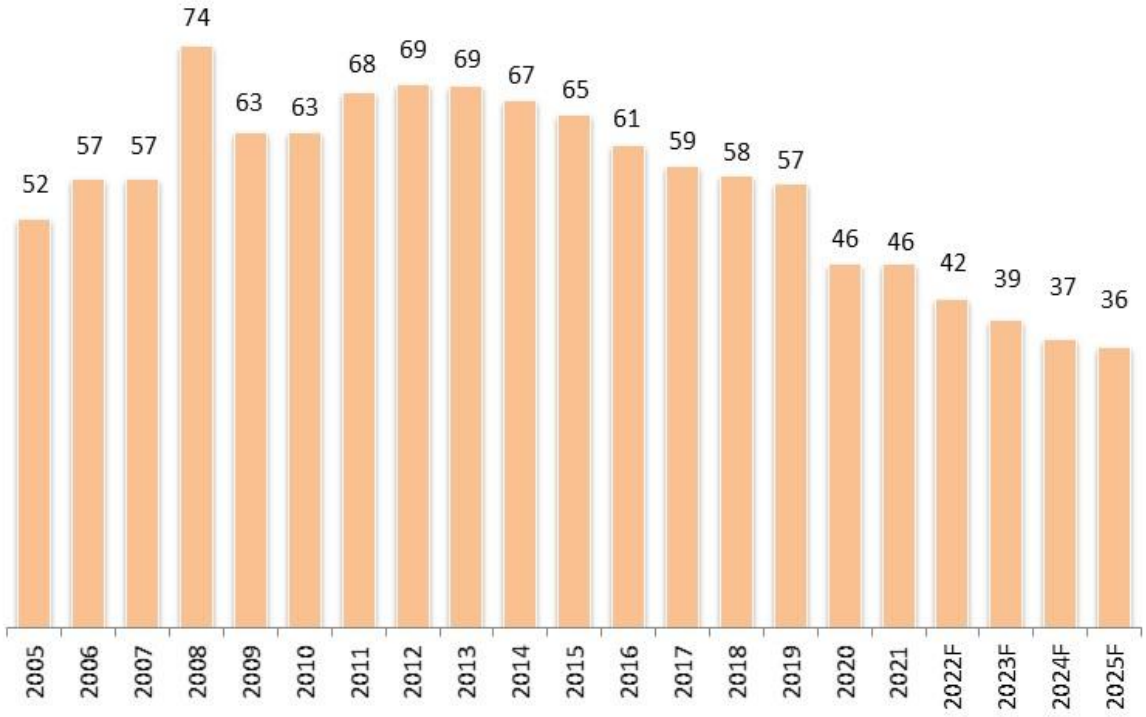
Округ	Категория А			Категория В		Общий итог
	Киоск	Торговые точки в метро, вокзалах, БЦ и ТЦ	Пресс-стенд	Непрофильный ритейл	ОПС	
ВАО	182	24	6	307	63	**582**
ЗАО	165	22	7	224	52	**470**
ЗелАО	36			38	11	**85**
НАО	11	1		42	22	**76**
САО	140	25	13	210	53	**441**
СВАО	153	32	3	209	52	**449**
СЗАО	111	14	7	115	31	**278**
ТАО	15			21	13	**49**
ЦАО	145	38	57	207	94	**541**
ЮАО	198	26	11	226	60	**521**
ЮВАО	152	24	15	190	56	**436**
ЮЗАО	169	13	14	193	50	**439**
ИТОГО	**1477**	**219**	**133**	**1982**	**557**	**4368**

Источник: данные мониторинга объектов по распространению периодической печати

Объемы продаж зарегистрированных периодических печатных изданий (подписка, розница)

До пандемии в 2019 году выручку издателей от реализации периодических печатных изданий СППИ ГИПП оценивал в 56,5 млрд рублей, 40,5 млрд из которых было получено от розничных продаж печатной прессы, а 16,0 млрд – от её реализации по подписке. Всего же, с 2008 года доходы от распространения прессы в розницу и по подписке сократились на 28,7 млрд.

Рисунок 6. Динамика объема российского рынка печатных СМИ. Доходы от продаж в розницу и по подписке, млрд руб.



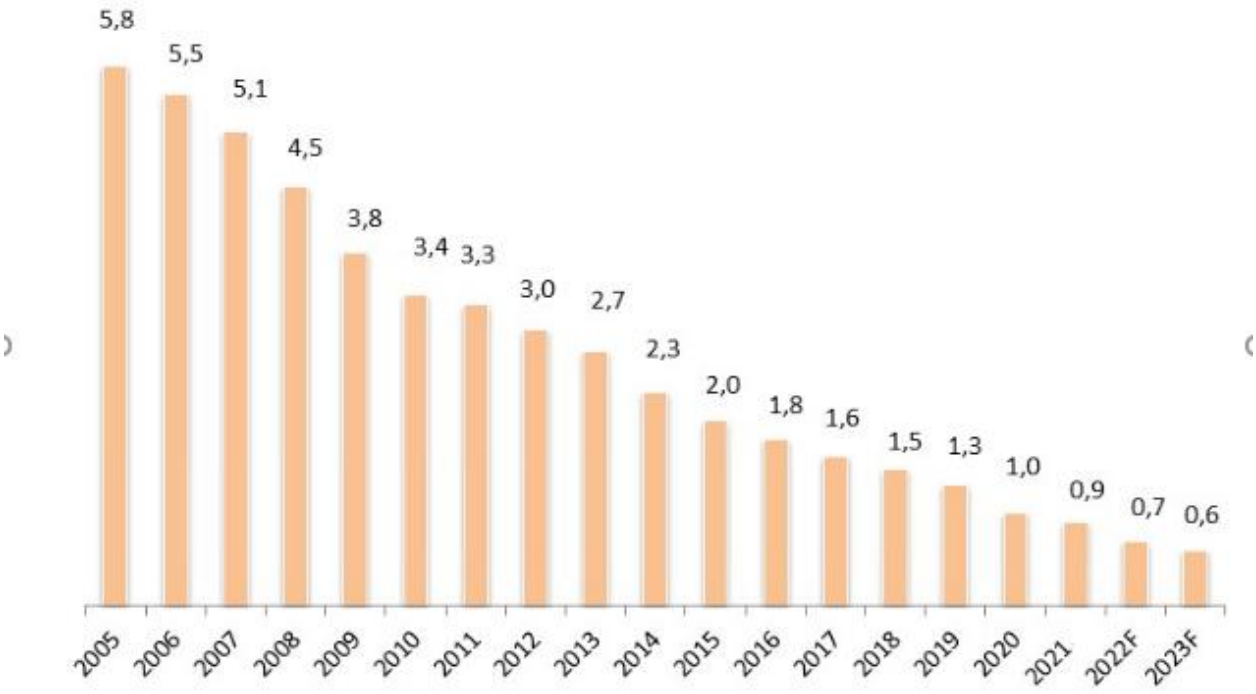
Источник: СППИ ГИПП по данным ФАПМК, Почта России, Росстат

В 2022 году падение выручки от всех видов распространения тиражей печатной прессы продолжилось. Продажи печатных газет и журналов в России давно имеют почти одинаковый отрицательный тренд, т.к. причины сокращения тиража в большей степени определяются двумя причинами – снижением спроса на печатную продукцию вследствие развития цифровых технологий и стремительным ростом затрат на её производство по причине дороговизны бумаги и прочих полиграфических компонентов. Причем продажи журналов и газет одинаково нестабильны как в рознице, так и по подписке. Розничные продажи падают чуть быстрее: за 5 лет они сократились на 40%, а подписные тиражи - только на 35,8%.

Более стремительное падение розничных тиражей прессы, а они занимают в общих продажах 64%, в первую очередь связано с разрушением инфраструктуры распространения печатных СМИ в шаговой доступности для

потребителей. Так, количество специализированных точек продаж, к которым, прежде всего, относятся киоски прессы, уменьшается ежегодно, причём существенно.

Рисунок 7. Динамика российского рынка печатных СМИ. Продажи копий печатных СМИ в розницу и по подписке, млрд экз.



Источник: СППИ ГИПП по данным дистрибьюторов, Почты России, Росстата

Ключевые участники рынка, включая медиа-холдинги, редакции федеральных, городских, окружных и районных изданий

В ТОП-10 издательских домов по суммарной аудитории одного номера входят: «ИМ-Медиа», ИД Burda, Shkulev Media Holding, ИД «Толока», ИД «Комсомольская правда», ИД «Московский комсомолец», Independent Media, ИД «Пресс- Курьер», ИД «АиФ», ИД «7 Дней», ИД «Вокруг света».

Таблица 14. ТОП-10 Издательских домов России по суммарной аудитории газет, включая Электронные ресурсы изданий, AIR.

Издательский дом	2-е полугодие 2021		1-е полугодие 2022 года	
	тыс. чел.	% населения	тыс. чел.	% населения
Аргументы и факты	4963	8.1	4973	8.1
Комсомольская правда	4951	8.1	4971	8.1

РБК (газета)	1667	2.7	2188	3.6
Известия	1452	2.4	2032	3.3
Московский комсомолец	1992	3.3	2002	3.3
Вечерняя Москва	1452	2.4	1570	2.6
IM Media*	1374	2.2	1566	2.6
Коммерсантъ	1003	1.6	1255	2.1
Российская газета	1206	2.0	1126	1.8
Моя семья	1169	1.9	1086	1.8

**IM Media – ранее Bauer Media*

Источник: Ipsos

Самыми популярными газетами в России исторически являются «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда» (аудитория в 1-м полугодии 2022 года - по 8,1% от населения,). За ними следуют газеты «РБК» (3,6%), «Известия» и «Московский комсомолец» (по 3,3%). «Коммерсантъ» (2,1%), «Российская газета» и «Моя семья» (по 1,8%).

Издательские дома из ТОП-10, свои издания распространяют исключительно на платной основе на всей территории Российской Федерации, т.е. являются федеральными. Основные каналы распространения печатных экземпляров – розничное распространение (платное) во всех типах форматов розничных торговых точек и по подписке. Бесплатное распространение изданий ключевых участников рынка практикуется редко, например, через аэрокомпании в аэропортах и салонах самолетов, на конференциях, но данный канал занимает менее 1% от издаваемых тиражей.

Бесплатное распространение свойственно, как правило, окружным и районным изданиям (в Москве также ряду городских). Однако такие издания ввиду сравнительно небольших тиражей и ограниченной территории распространения нельзя считать ключевыми участниками рынка.

Техническая характеристика издания, такая как формат (журнал, газета, брошюра), как правило, меняется редко. Причём в таком случае издатель обычно перерегистрирует издание. Такие технические характеристики, как тираж, бумага, типография в течение года могут меняться. Например, тираж из-за колебаний спроса в период ограничительных мер по COVID-19, варьировался в пределах 50-90%. В таблицах ниже приведен средний тираж номера за год. Типография и бумага также могут в течение года меняться, поэтому в таблицах ниже они не приведены. Большая часть периодических печатных изданий ключевых участников рынка печатается в России или Республике Беларусь.

«ИМ-Медиа» («Иванов Монамс Медиа»)

В России «ИМ-Медиа» (бывшая Bauer Media Group) является лидером среди федеральных издателей по объему продаваемых тиражей и занимает первое место среди издательских домов по показателям аудитории.

Первое издание было выпущено в 1994 году, с тех пор компания постоянно предлагает рынку новые издания и их специальные выпуски. В настоящее время работает в многочисленных тематических нишах и выпускает около 90 периодических газет и журналов массового спроса.

Адрес издательства: 105094, Москва, ул. Золотая, д.11,

Тел.: (495) 974 73 83

Факс: (495) 974 79 00

E-mail: info@im-media.ru

Таблица 15. Характеристика изданий ИД «ИМ-Медиа»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Архивы XX века» Главный редактор Полина Орынянская Целевая аудитория: мужчины, женщины 35+ Издается с 2016 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 48 полос Средний тираж 1 номера: 98 000	**Журнал «Народный совет»** Главный редактор Антон Клюев Целевая аудитория: читатели 40+ Издается с 2004 года Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 24-32 полосы Средний тираж 1 номера: 207 000
Журнал Verena Главный редактор Инна Корниенко Целевая аудитория: женщины 25+ Издается более 30 лет Периодичность: 4 раза в год Объем: 84 полосы Средний тираж 1 номера: 30 000	**Журнал Сабрина** Главный редактор Инна Корниенко Целевая аудитория: женщины 25+ Издается с 1987 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 48 полос Тираж 1 номера: от 23 000
Журнал Anna Главный редактор Инна Корниенко	**Журнал «Все для женщины»** Главный редактор Ирина Бобкова

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: женщины 25+ Издается более 30 лет Периодичность: 4 раза в год Объем: 60 полос Тираж 1 номера: 10 000	Целевая аудитория: женщины 25-54 лет Издается с 2006 года Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 32-40 полос Средний тираж 1 номера: 304 000
Журнал «На нашей кухне» Журнал под брендом самого успешного женского еженедельника «Все для женщины» Главный редактор Анжела Добровольская Целевая аудитория: женщины 25-54 лет Издается с 2006 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 40 полос Средний тираж 1 номера: 257 000	**Журнал «Тайны звезд»** Главный редактор: Роман Попов Целевая аудитория: женщины от 30 лет Издается с 2007 года Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 44 полосы Средний тираж 1 номера: 428 000
Журнал «Тайны звезд Ретро» Главный редактор: Роман Попов Целевая аудитория: женщины от 30 лет Издается с 2015 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 полосы Средний тираж 1 номера: 162 000	**Газета «Оракул»** Главный редактор: Наталья Зайончковская Целевая аудитория: женщины 30-55 лет Издается с 1994 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 44 полосы Средний тираж 1 номера: 343 000
Журнал «Звезды и советы» Главный редактор: Елена Прядко Целевая аудитория: женщины от 35 лет Издается с 2009 года Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 32 полосы	**Газета «Предсказания Оракула»** Главный редактор: Наталия Нестерова Целевая аудитория: женщины 25-55 лет Издается с 2007 года Периодичность: 1 раз в месяц

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: 257 000	Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 84 000
Газета «Советы Оракула» Главный редактор: Наталья Зайончковская Целевая аудитория: женщины 35-55 лет Издается с 2011 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 79 000	**Журнал «Все загадки мира»** Главный редактор Наталья Зайончковская Целевая аудитория: женщины 30-55 лет Издается с 2012 года Периодичность:1 раз в 2 недели Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 75 000 экземпляров
Газета «777» Главный редактор Алишер Халилов Издается с 1999 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в неделю по понедельникам (52 номера в год) Объем: 8 полос Средний тираж 1 номера: 224 000	**Журнал «Ностальгия и воспоминания»** Главный редактор Елена Прядко Целевая аудитория: мужчины, женщины 45+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 40 полос Средний тираж 1 номера: 147 000
Журнал «Дачный сезон» Главный редактор Антон Клюев Целевая аудитория: мужчины, женщины 45+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 195 000	**«Русский кроссворд»** Главный редактор Алишер Халилов Издается с 1998 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в две недели Объем 16 полос Средний тираж 1 номера: 25 000
Журнал «Тещин язык» Главный редактор Алишер Халилов Издается с 1999 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет	**Журнал «Зятек»** Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2000 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 20 полос Средний тираж 1 номера: 205 000	Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 20 полос Средний тираж 1 номера: 175 000
Журнал «Сканворды Тещин язык+ Зятек» Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2011 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 275 000	**Журнал «Зятек и компания»** Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2017 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 80 000
Журнал «Ключворды. Тещин язык и Зятек» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2013 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 140 000	**Журнал «Тещины сканворды»** Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2014 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 132 полос Средний тираж 1 номера: 80 000
«Судоку. Тещин язык+ Зятек» Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2013 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 275 000	**Журнал «Любимые сканворды»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2004 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «Сканворды от Потапыча» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет	**Журнал «Мировые кроссворды»** Главный редактор Алишер Халилов 50 кроссвордов. Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Издается с 2014 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 132 полосы Средний тираж 1 номера: 35 000	Издается с 2008 года Периодичность: ежеквартально Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 25 000
Журнал «Твоя диета» Главный редактор Ирина Бобкова Целевая аудитория: мужчины, женщины 35+ Периодичность: 4 раза в год Объем: 64 полосы Средний тираж 1 номера: 132 000	**Журнал «Мини-сканворды»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2012 года Периодичность: ежеквартально Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «Мини-ключворды» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 40 000	**Журнал «Мини-судоку»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 40 000
Журнал «Ваш семейный доктор» Главный редактор Елена Прядко Целевая аудитория: мужчины, женщины 40+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 40 полос Средний тираж 1 номера: 132 000	**Журнал «Народные рецепты»** Главный редактор Антон Клюев Целевая аудитория: женщины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 48 полос Средний тираж 1 номера: 108 000
Журнал «Истории моей жизни» Главный редактор: Олег Романов Целевая аудитория: женщины 35+ Объем: 68 полос Издается с 2019 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца	**Журнал «Таинственные истории»** Главный редактор: Наталья Зайончковская Издается с 2013 года Целевая аудитория: мужчины, женщины 30+ Периодичность: 2 раза в месяц

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: 60 000	Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 90 000
Журнал «Вот это истории!» Главный редактор: Ирина Бобкова Целевая аудитория: женщины 35-54 года Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 48 полос Средний тираж 1 номера: 150 000	**Журнал «Веселые истории»** Главный редактор: **Олег Романов** Целевая аудитория: женщины 35+ Издается с 2013 года Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 40 000
Журнал «Чемодан сканвордов» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 148 полос Средний тираж 1 номера: 55 000	**Журнал «Сканворд Дачный»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в год Объем: 164 полосы Средний тираж 1 номера: 55 000
Журнал «Филворды. Ручная работа» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2015 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем 100 полос Средний тираж 1 номера: 70 000	**Журнал «Кейворды Ручная работа»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2015 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 96+4 полосы Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «Криминальные истории» Главный редактор Олег Романов Целевая аудитория: женщины 35+ Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 36 полос	**Журнал «Мистические истории»** Главный редактор Олег Романов Целевая аудитория: женщины 35+ Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Средний тираж 1 номера: 100 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: 50 000	
Журнал «Сканворд «Большие клетки» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2014 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Средний тираж 1 номера: 130 000	**Журнал «Ступени»** Главный редактор Полина Орынянская Целевая аудитория: женщины и мужчины 35+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 полосы Средний тираж 1 номера: 87 000
Журнал «Крупные буквы» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2017 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 95 000	**Журнал «Арт-йога»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 16 лет Издается с 2016 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 88 000
Журнал «Доку-сан» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2006 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 52 полосы Средний тираж 1 номера: 78 000	**Журнал «Необычные судоку»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2016 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 132 полосы Средний тираж 1 номера: 25 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Судоку плюс. Игра в кармане» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2007 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 25 000	**Сборник судоку «Гигант. Профи»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2011 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 54 полосы+ раскладушка Средний тираж 1 номера: 137 000
Журнал «Судоку дуЭЛь» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2009 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 25 000	**Журнал «Судоку. Решаем на время»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2016 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 132 полосы Средний тираж 1 номера: 25 000
Журнал «Доку сан. Толстяк» Главный редактор Алишер Халилов Издается с 2010 года Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем 164 полосы Средний тираж 1 номера: 63 500	**Журнал «Сакура»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2009 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «То яма то канава» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2003 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 28 полос Средний тираж 1 номера: 25 000	**Журнал «Сикоку Сикоку»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2002 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 28 полос Средний тираж 1 номера: 25 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «КлючВорд. Испанские кроссворды» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2008 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 65 000	**Журнал «777 Кроссворды классика»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2017 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Средний тираж 1 номера: 45 000
Журнал «Кросс-вычерк. Английские кроссворды» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2017 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 45 000	**Журнал «Ключворды. Спец»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2011 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «Ключворды с перчиком» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается – с 2011 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 66 полос Средний тираж 1 номера: 120 000	**Журнал «Женские истории»** Главный редактор: Олег Романов Целевая аудитория: женщины 25-50 лет Издается – с 2012 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 28 полос Средний тираж 1 номера: 158 000
Журнал «Вдвоем» Главный редактор: Олег Романов Целевая аудитория читатели 25+ Издается с 2009 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 44 полосы	**Журнал «Моя судьба»** Главный редактор Олег Романов Целевая аудитория: читатели 25+ Издается с 2012 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 34 полосы

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: 45 000	Средний тираж 1 номера: 50 000
Журнал «Другое измерение» Главный редактор Полина Орынянская Целевая аудитория – мужчины, женщины 35+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 52 полосы Средний тираж 1 номера: 73 000	**Журнал «Наша история»** Главный редактор Полина Орынянская Целевая аудитория: мужчины, женщины 40+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 52 полосы Средний тираж 1 номера: 100 000
Журнал «Секреты и архивы» Главный редактор Полина Орынянская Целевая аудитория: мужчины, женщины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 20 полос Средний тираж 1 номера: 82 300	**Журнал «Просто вкусно и полезно»** Главный редактор Анжела Добровольская Целевая аудитория: мужчины, женщины 25+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 48 полос Средний тираж 1 номера: 92 000
Журнал «Рисование по точкам с золотой антилопой» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: 6+ Издается с 2011 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 50 000	**Журнал «Рисование по точкам для детей»** Целевая аудитория: 6+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Средний тираж 1 номера: 55 000
Сборник «Филворды и кроссвычерки. Тёщин язык+ Зятёк» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2017 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос	**Журнал «Пирог от тещи»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2018 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 132 полосы Средний тираж 1 номера: 55 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: 80 000	
Журнал «Тайны звезд. Сканворды» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Издается с 2018 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 45 000	**Журнал «Здоровяк Сканворд»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2019 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 276 полос Средний тираж 1 номера: 40 000
Сборник «777. Суперсборник» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2017 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Средний тираж 1 номера: 75 000	**Журнал «Рисование по точкам для взрослых»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2018 года Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 36 полос Средний тираж 1 номера: 40 000
Журнал «Большие кроссвычерки» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2018 года Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Средний тираж 1 номера: 40 000	**Журнал «Большие клетки. Филворды»** Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2019 года Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 35 000
Журнал «Большие клетки. Ключворды» Главный редактор Алишер Халилов Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 лет Издается с 2019 года Периодичность: 1 раз в месяц	

Главный редактор издания, технические характеристики изданий
Объем: 68 полос Средний тираж 1 номера: 35 000

ИД «Бурда»

Издательский дом «Бурда» создан в 1995 году. Основатель российского издательского дома «Бурда» немецкий медиаконцерн Hubert Burda Media, который имеет филиалы издательства и компании в 26 странах мира. В Восточной Европе в составе Burda Eastern Europe в настоящее время действуют 6 издательств: в России, Украине, Казахстане, Чехии, Польше и Румынии.

В России издательский дом «Бурда» продолжил выпуск знаменитого журнала Burda. Он же с 1987 года вывел на российский рынок множество европейских журналов, а также новые, российские бренды периодических печатных СМИ.

Сегодня компания выпускает около 80 периодических журналов и является лидером российского рынка периодики по продажам журналов и охвату аудитории. «Бурда» также успешно развивает цифровое направление и разрабатывает приложения для мобильных устройств.

Адрес: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 4.

Телефон:+7 (495) 797-45-60

E-mail: *vhb@burda.ru*.

Таблица 16. Характеристика изданий ИД «Бурда»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Добрые советы» Главный редактор Елена Алексеевна Александрова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 100 полос Формат: 203х275 мм Аудитория 1 номера (Россия): 849 200	**Журнал «Добрые советы. Люблю готовить!»** Главный редактор Елена Юльевна Фалатова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Формат: 143х200 мм Аудитория 1 номера (Россия): 624 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Лиза» Главный редактор Елена Алексеевна Александрова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 68 полос Формат: 205 х 280 мм Аудитория 1 номера: 2 176 900	**Журнал Playboy** Главный редактор Всеволод Иматович Целевая аудитория: мужчины 16+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 100 полос Формат: 215 х 275 мм Аудитория 1 номера: 960 870
Журнал Boutique Trends Главный редактор Анастасия Юрьевна Мири Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 205х295 мм	**Журнал Burda style** Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Формат: 215х267 мм Аудитория 1 номера (Россия) – 1 800 000
Журнал «Burda. Вязание» Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 2 раза в год Объем: 68 полос Формат 205 х 290 мм Аудитория 1 номера: нет данных	**Журнал «Burda. Спецвыпуски»** Главный редактор Марианна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: непериодично
Журнал «Fait Main Tricot. Вязание. Моё любимое хобби» Главный редактор Марианна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 68 полос Формат 205 х 290 мм	**Журнал Knipmode Fashionstyle** Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат 205х275 мм
Журнал M.Müller & Sohn	**Журнал Patrones**

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 62 полосы Формат 210х297 мм	Главный редактор Анастасия Юрьевна Мири Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат 200х272 мм
Журнал The Knitter. Вязание. Мое любимое хобби Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Формат 205х275 мм	**Журнал Моё любимое хобби. Creazion** Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 68 полос Формат 205х277 мм
Журнал Моё любимое хобби. Вышивка крестиком Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 2 раза в год Объем: 68 полос Формат 205х297 мм	**Журнал Моё любимое хобби. Пэчворк** Главный редактор Марианна Викторовна Макарова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 68 полос Формат 205х297 мм
Журнал SALON de Luxe Главный редактор Ольга Владимировна Вологдина Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 5 раз в год Объем: 164 полосы Формат 215х295 мм	**Журнал SALON-interior** Главный редактор Ольга Владимировна Короткова Целевая аудитория: женщины и мужчины 18+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 168 полос Формат 215х295 мм Аудитория 1 номера (Россия): 400 000
Журнал «Идеи Вашего Дома» Главный редактор Анна Евгеньевна Туровская	**Журнал «Мой прекрасный сад. Календарь садовода»**

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 148 полос Формат: 215х290 мм Читательская аудитория 1 номера: 730 000	Главный редактор Федотова Наталия Владимировна Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: спецвыпуск Формат: 145х210 мм
Журнал «Английские и венгерские кроссворды» Главный редактор Алексей Борисович Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 68 полос Формат: 190 х 330	**Журнал «Бабушкин компот. Сезонный»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 244 полос Формат: 220 х 275 мм
Журнал «Бабушкин компот. Для внучат. Сканворды» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 40 полос Формат: 215х215 мм	**Журнал «Бабушкин компот. Добавка!»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 190 х 330 мм
Журнал «Бабушкин компот. Кейворды» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 190 х 330 мм	**Журнал «Бабушкин компот. Кросс-пазлы»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 92 полосы Формат: 205х275
Журнал «Бабушкин компот. Просто судоку» Главный редактор Алексей Далем	**Журнал «Бабушкин компот. Сканворды на 5+»** Главный редактор Алексей Далем

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 170х250 мм	Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 190х330 мм
Журнал «Бабушкин компот. Твоя игра» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 92 полосы Формат: 205х275	**Журнал «Большая коллекция кейвордов»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: ежеквартально Объем: 260 полос Формат: 220х275 мм
Журнал «Большая коллекция судоку» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 194 полосы Формат: 220х275 мм	**Журнал «Даша. Любимые кейворды»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 32 полос Формат: 205 х 275
Журнал «Даша. Сканворды» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 205 х 275 мм	**Журнал «Добрые советы. Лёшкин кот»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Формат: 143 х 205 мм
Журнал «Кейворды и компания. Спецвыпуск» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 148 полос	**Журнал «Кросс-толстяк. Кейворды»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 132 полос

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Формат: 220х275	Формат: 135х205 мм
Журнал «Лиза. Бабушкин компот» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 128 полос Формат: 205х275 мм Аудитория 1 номера: 350 000	**Журнал «Лиза. Кейворды»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в две недели Объем: 32 полосы Формат: 205х275 мм Аудитория 1 номера: 360 000
Журнал «Лиза. Кейворды и компания» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 100 полос Формат: 205х275 мм	**Журнал «Лиза. Ключворды»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 32 полос Формат: 205 х 275
Журнал «Лиза. Кросс-вопрос» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Формат: 205 х 275 мм Читательская аудитория 1 номера: 245 000	**Журнал «Лиза. Кросс-Вопрос. Спецвыпуск»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 148 полос Формат: 205х275 мм
Журнал «Лиза. Кроссворды. Сборник» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 148 полос Формат: 220 х 275 мм	**Журнал «Лиза. Кроссворды.»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в две недели Объем: 48 полос Формат: 195х267 мм Читательская аудитория 1 номера: 1 000 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Лиза. Кроссворды для всех» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в две недели Объем: 148 полос Формат: 205х275 мм	**Журнал «Лиза. Кроссворды. Судоку»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в две недели Объем: 52 полосы Формат: 143х205 мм
Журнал «Лиза. Кросс-коктейль» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 92 полосы Формат: 205 х 275	**Журнал «Лиза. Кросс-толстяк»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 132 полосы Формат: 135 х 205
Журнал «Лиза. Кросс-Хит!» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 92 полосы Формат: 205 х 275 мм Аудитория 1 номера (Россия) – 170 000	**Журнал «Лиза. Лабиринт кроссвордов»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Формат: 205 х 275 мм Читательская аудитория одного номера: 340 000
Журнал «Лиза. Лабиринт кроссвордов. Суперсборник» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 124 полосы Формат: 205 х 275	**Журнал «Лиза. Лёд тронулся!»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Формат: 205 х 275 мм Читательская аудитория одного номера: 230 000
Журнал «Лиза. Реши для души» Главный редактор Алексей Далем	**Журнал «Лиза. Сделай паузу!»** Главный редактор Алексей Далем

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 32 полосы Формат: 205 х 275 мм Читательская аудитория одного номера: 260 000	Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 32 полосы Формат: 205 х 275 мм
Журнал «Лиза. Сканворды» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 205 х 275 мм	**Журнал «Лиза. Сканворды. Спецвыпуск»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: 148 полос Формат: 205х275 мм
Журнал «Лиза. Сложные судоку» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 36 полос Формат: 143х205 мм	**Журнал «Лиза. Сложные судоку. Спецвыпуск»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 164 полос Формат: 145х200 мм
Журнал «Лиза. Судоку» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 164 полосы Формат: 143х205 мм	**Журнал «Лиза. Счастливый момент!»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем:102 полосы Формат: 205 х 275
Журнал «Привет, мастер!» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30	**Журнал «Разгадай!»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: 143х205 мм	Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 32 полосы Формат: 205 х 275 мм Аудитория 1 номера: 340000
Журнал «РЕДД. Сборник сканвордов. Спецвыпуск» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 148 полос Формат: 220х275 мм	**Журнал «Реши для души. Кейворды»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Формат: 205 х 275 мм
Журнал «Реши для души. Сборник сканвордов» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы Формат: 205 х 275	**Журнал «Сборная солянка»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 124 полос Формат: 205 х 275
Журнал «Сделай паузу! Спецвыпуск» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в два месяца Объем: 100 полос Формат: 205 х 275 мм	**Журнал «Судоку в дорогу»** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: 164 полосы Формат: 130х130 мм
Журнал «Судоку. Чёрный пояс» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 84 полосы	**Журнал «Судоку. Чёрный пояс. Специальный выпуск** Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в квартал

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Формат: 120х210 мм	Объем: 132 полосы Формат: 120 х 210 мм
Журнал «Убойные судоку» Главный редактор Алексей Далем Целевая аудитория: женщины и мужчины от 30 Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Формат: 143х205 мм	

Shkulev Media Holding

Shkulev Media Holding (до апреля 2022 года - Hearst Shkulev Group) входит в ТОП-5 ведущих медиакомпаний в России.

Президент Shkulev Media Holding — В. М. Шкулев.

Shkulev Media Holding – это цифровые медиа и связанные с ними группы в социальных сетях, крупнейшая в России сеть городских порталов, глянцевые журналы и издания, рассчитанные на широкий круг читателей.

После того, как в марте 2022 года американская Hearst Corporation вышла из российского бизнеса, Hearst Shkulev Group была переименована в Shkulev Media Holding, сохранив отношения с французской группой Lagardere и права на принадлежащие ей бренды Elle, Elle Girl, Elle Decoration. Выпуск печатных версий этих журналов, а также журнала MAXIM был временно прекращен, но продолжили работу сайты изданий.

Совокупный тираж печатных изданий холдинга превышает 6,2 млн. экз., суммарная аудитория изданий – 10 млн. человек (данные Mediascop).

Адрес: 115114, г. Москва, ул. Дербеневская, д. 15Б.

Тел.:+7 (495) 633-57-57,+7

Факс:+7 (495) 633-57-57

E-mail: info@sholding.ru

Таблица 17. Характеристики изданий Shkulev Media Holding

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал Marie Claire Главный редактор: Анна Бурашова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 27 до 530 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 127 800 чел. Средний тираж 1 номера: 80 000	**Журнал PSYCHOLOGIES** Главный редактор: Анна Бурашова Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 230 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 500 000 чел. Средний тираж 1 номера: 90 000
Журнал «Антенна-Телесемь» Главный редактор: Елена Красникова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: от 30 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 3 900 000 чел. Средний тираж 1 номера: 1 200 000	**Журнал «Вокруг Света»** Главный редактор: Алексей Алексенко Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 132 полосы Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 2 400 чел. Средний тираж 1 номера: 110 000
Журнал ELLE Decoration (выпуск печатной версии - до марта 2022 г.) Главный редактор: Алексей Дорожкин Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Формат: А4, глянец, полноцветное Объем: 100 полос Аудитория номера: 242.6 тыс. чел. Читательская аудитория одного номера: 50 000	**Журнал MAXIM (выпуск печатной версии - до марта 2022 г.)** Директор проекта: Седякин Денис Главный редактор: Александр Маленков Целевая аудитория: мужчины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Средний тираж 1 номера: 117 000
Журнал ELLE Girl (выпуск печатной версии - до марта 2022 г.)	**Журнал ELLE (выпуск печатной версии - до марта 2022 г.)**

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Главный редактор: Виктория Павленко Целевая аудитория: женщины 14-30 лет Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 140 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 427 000 чел. Средний тираж 1 номера: 99 500	Главный редактор: Екатерина Мухина Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 300 до 500 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 665 000 чел. Средний тираж 1 номера: 138 000
Журнал DEPARTURES (издавался до марта 2022 г.) Директор проекта: Седякин Денис Главный редактор: Екатерина Борисова Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 6 раз в год Объем: около 160 полос Формат: А4, глянец, полноцветное Аудитория номера: 30 000 чел. Средний тираж 1 номера: от 10000	

АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»

Газета «Вечерняя Москва» издается с 1923 года и выходит пять дней в неделю, кроме субботы и воскресенья. В 2011 году проект был перезапущен и развивается при поддержке Правительства Москвы как городская газета влияния, широко и оперативно освещает главные события в столице, работу городских служб, деятельность органов власти, а также важные события в стране и мире.

Издатель АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»

Генеральный директор: Георгий Михайлович Рудницкий

Главный редактор сайта: Александр Геннадьевич Глуходедов

Главный редактор печатных СМИ: Александр Иванович Куприянов

Главный редактор «Московского журнала»: Анна Филипповна Грушина

Адрес: Москва, Бумажный проезд, д. 14, стр. 2, этаж 3.
Общий телефон редакции: *8 (499) 557 04 24*
Факс редакции: 8 (499) 557 04 08

Таблица 18. Характеристики изданий АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Газета «Вечерняя Москва» Главный редактор: Александр Иванович Куприянов Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: утренний выпуск – пн., вт., ср., чт., пт.; вечерний выпуск – вт., ср., чт.; Объем (стр.): утренний/вечерний выпуск – 8/16 Формат: А2/А3 Тираж утреннего выпуска: 90 000 (с учетом спецвыпуска «Пресса в образовании»); Тираж вечернего выпуска: 270 000	**Еженедельник «Вечерняя Москва»** Главный редактор: Александр Иванович Куприянов Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю (чт.) Объем (стр.): 48 Формат: А3 Тираж: 750 000
Газета «Москва. Центр» Редактор: Александр Иванович Куприянов Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 16 полос Формат: А3 Тираж: 190 000	**Газета «Новые Округа»** Редактор: Александр Иванович Куприянов Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 16 полос Формат: А3 Тираж: 120 000
Газета «Южные горизонты» Редактор: Александр Иванович Куприянов Целевая аудитория: дети 3+	**Журнал «Московский журнал»** Редактор: Анна Филипповна Грушина Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 16 полос Формат: А3 Тираж: 450 000	Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 116 полос Формат: А4 Тираж: 5 000

ИД «Толока»

Международный издательский дом «Толока» создан в 1990 г. в Беларуси. За 26 лет успешной работы «Толока» стала популярным брендом на рынке прессы СНГ и за рубежом. Продуктовая линейка «Толоки» представлена журналами «Народный доктор», «Наша кухня», «Цветок» и др. Сегодня издательство выпускает более 30 периодических изданий, занимающих лидирующие позиции на рынке прессы СНГ.

Телефоны:+7 499 253-44-28,+7 903 615-56-07

Таблица 19. Характеристики изданий ИД «Толока»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Счастливая и красивая» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор И.В. Сафронова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Психология и я»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Оксана Гейдор Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 140 000
Журнал «Тётя Соня. Женский журнал сканвордов» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Ирина Сафронова Целевая аудитория: женщины 40+ Объем: от 50 полос Периодичность: 1 раз в месяц Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Домашний журнал»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Лариса Зинькевич Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Сваты» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Александр Торпачев Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 150 000	**Журнал «Сваты. Сканворды»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Елена Сухан Издается с марта 2019 г. Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Наша кухня» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Анна Санчук Целевая аудитория: женщины и мужчины 45+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Золотые рецепты наших читателей»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Е.А. Сухан Целевая аудитория: женщины 30+ Объем: от 50 полос Периодичность: 2 раза в месяц Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Секреты кухни» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Ирина Перминова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Кухонька Михалыча»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Ирина Перминова Целевая аудитория: женщины 45+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 90 000
Журнал «Самобранка» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Анна Санчук Издается с января 2002 г. Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал	**Журнал «Сваты на кухне»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Анна Санчук Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000	Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Сваты. Заготовки» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Наталья Горовцова Издается с мая 2015 г. Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Наша Кухня. Выпечка»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Кунцевич Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 мм Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Наша Кухня. Салаты и закуски» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Ю. А. Становая Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Народный доктор»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Татьяна Калеева Издается с марта 1996 г. Целевая аудитория: женщины и мужчины 45+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Секреты исцеления» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Гончарова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Лечитесь с нами»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Гончарова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Домашняя энциклопедия здоровья»	**Журнал «Сваты на пенсии»**

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Татьяна Калеева Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000	Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор И. В. Сафронова Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Давление в норме 120/80» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Ирина Лузинова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Живу с диабетом»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Наталья Кашица Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Цветок» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор С.В. Лапикова Издается с декабря 2001 г. Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 мм Средний тираж 1 номера: от 165 000	**Журнал «Домашние цветы»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Л.И. Новикова Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 130 000
Журнал «Садовод и огородник» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Парфенова Выход первого номера – июль 1995 Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 2 раза в месяц	**Журнал «Усадьба»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Парфенова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 120 000	Формат – А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Школа цветовода» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Лилия Апарович Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 120 000	**Журнал «Комнатный цветник»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Лилия Апарович Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 1 раз в полгода Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Сваты на даче» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Елена Некрашевич Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Делаем сами»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Наталья Аристова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Мастерская на дому» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Наталья Аристова Целевая аудитория: мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в полгода Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 50 000	**Журнал «Саша и Маша»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Татьяна Казаченок Целевая аудитория: дети 5+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 50 полос Формат: А4, 195х275 Средний тираж 1 номера: от 250 000
Журнал «Волшебный» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Галина Аверкина Целевая аудитория: девочки 13+ Периодичность: 2 раза в месяц	**Спецвыпуск «Народный доктор»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Татьяна Калеева Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 Средний тираж 1 номера: от 50 000	Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200
Спецвыпуск «Наша кухня» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Анна Санчук Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 мм	**Спецвыпуск «Цветок»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Лилия Апарович Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 мм
Спецвыпуск «Садовод и огородник» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Светлана Парфенова Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в квартал Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200	**Спецвыпуск «Волшебный»** Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Галина Аверкина Целевая аудитория: девочки 13+ Периодичность: 1 раз в полгода Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200
Журнал «Делаем сами» Шеф-редактор Татьяна Санчук Редактор Наталья Аристова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: от 50 полос Формат: А5, 140х200 мм	

ИД «Комсомольская правда»

Учредитель и редакция: АО ИД «Комсомольская правда».

Полное наименование — Акционерное общество «Комсомольская правда. Издательский дом».

Главный редактор — Сунгоркин Владимир Николаевич. После его смерти 13 сентября 2022 года и. о. главного редактора и генерального

директора ИД «Комсомольская правда» назначена Носова Олеся Вячеславовна.

Адрес: 127287, Москва, Старый Петровско-Разумовский проезд, 1/23, стр.1.

Телефон:+7 (495) 777-02-82

Таблица 20. Характеристики изданий ИД «Комсомольская правда».

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Газета «Комсомольская правда» **Ежедневный выпуск** Главный редактор: Владимир Сунгоркин Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: ежедневная Объем: от 20 полос Формат: А3 Средний тираж 1 ежедневного номера: в Москве 130 000 экз., в России 550 000 экз.	**Газета «Комсомольская правда»** **Еженедельный выпуск – «толтушка»** Главный редактор: Владимир Сунгоркин Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: от 48 полос Формат: А3 Средний тираж 1 еженедельного номера: в Москве 290 000 экз., в России 1 900 000 экз.
Газета «Телепрограмма» Главный редактор: Владимир Сунгоркин Целевая аудитория: мужчины и женщины 25-55 лет Периодичность: 1 раз в неделю Объем: - формата В4 (275х335 мм) - не менее 32 полос - формата А4 - не менее 56 полос - формата А3 - не менее 32 полос Средний тираж 1 номера: Москва – 800 000 экз., Россия – 1 300 000	**Журнал «МИ-МИ-МИШКИ»** Редактор: Наталья Каменских Целевая аудитория: дети 3+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 24 полосы Формат: 200 х 275

Independent Media

Дата основания издательства – 1992 год.

Генеральный директор Independent Media – Наталья Веснина.

В портфолио компании входило 9 брендов: Cosmopolitan, Cosmopolitan Shopping, Cosmopolitan Beauty, «Домашний Очаг», Harper's Bazaar, Grazia, Esquire, Robb Report Россия, «Популярная механика».

В мае 2022 года Independent Media объявил о перезапуске брендов, которые ранее выпускались в партнерстве с конгломератом Hearst, в локализованных российских версиях под новыми названиями. На смену журналу Cosmopolitan пришел VOICE, Men's Health – Men Today, «Домашний Очаг» – «Новый очаг», «Популярная Механика» – TechInsider, Esquire – «Правила жизни», Harper's Bazaar – The Symbol. Grazia и Robb Report продолжат работать в прежнем режиме.

Каждый бренд IM – это мультимедийный продукт с широкими возможностями как для читателей, так и для рекламодателей и партнеров. Помимо традиционного носителя – печатного издания, бренды компании развивают сайты, цифровые и мобильные приложения, проводят разнообразные мероприятия для читателей, партнеров и профессионалов рынка – от выставок и фестивалей до вечеринок и деловых мероприятий.

Адрес: 119435, Москва, Большой Саввинский пер., д. 12, стр. 6.

Телефон:(495) 252 09 99.

Сайт: www.imedia.ru

Таблица 21. Характеристики изданий Independent Media

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал VOICE Главный редактор: Екатерина Великина Издается с 2022 года Целевая аудитория: женщины 30+ (средний возраст) Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: от 100 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 250 000	**Журнал Men Today** Главный редактор: Антон Иванов Издается с 2022 года Целевая аудитория: мужчины 25+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: от 100 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 80 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Новый Очаг» Главный редактор: Наталья Родикова Издается с 2022 года Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 138 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 60 000	**Журнал GRAZIA** Главный редактор: Алиса Жидкова Издается с 2007 года Целевая аудитория: женщины 18+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 100 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 55 000
Журнал «Правила жизни» Главный редактор: Сергей Минаев Издается с 2022 года Целевая аудитория: мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в 2 месяца Объем: от 192 полосы Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 30 000	**Журнал «Robb Report Русское издание»** Главный редактор: Андрей Золотов Издается с 2004 года Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Объем: от 100 полос Периодичность: 1 раз в месяц Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 22 000 Издается и распространяется ООО «Премиум Паблишинг» с разрешения Robb Report Media, LLC
Журнал TechInsider Главный редактор: Александр Грек Издается с 2022 года Целевая аудитория: женщины и мужчины 25+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 100 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 80 000	**Журнал Harper's Bazaar** (в мае 2022 г. переименован в **The Symbol**, выходит только в онлайн-версии) Главный редактор: Дарья Веледеева Целевая аудитория: женщины 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 100 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: 90 000

ИД «Пресс-курьер»

Издательский дом «Пресс-Курьер» создан в 1993 году. Входит в десятку крупнейших издательских домов на территории России.

Выпускает более 40 изданий общим тиражом свыше 7 000 000 экз. в месяц, которые распространяются по всей территории Российской Федерации, во многих странах СНГ, а также в Латвии и Германии. Самые тиражные издания: «Моя прекрасная дача», «1000 секретов», «Лечебные письма», «Дарья», «Магия и красота», «Люблю цветы!», «Тайны XX века», «Загадки истории» и другие.

Адрес: 195009, Россия, Санкт-Петербург, ул. Академика Лебедева, д. 15/1, лит. В, пом. 2Н.

Генеральный директор Павлова Любовь Алексеевна.

Таблица 22. Характеристики изданий ИД «Пресс-курьер»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Моя прекрасная дача» Главный редактор: Валентин Бобков Целевая аудитория: женщины и мужчины 55+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 68 страниц Формат: А5, полноцветное Обложка – глянец Средний тираж 1 номера: 500 000 Аудитория 1 номера: 1 300 000 чел.	**Газета «1000 секретов»** Главный редактор: Елена Никитина Целевая аудитория: женщины и мужчины 35+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: 500 000 Аудитория 1 номера: 775 000 чел.
Газета «Лечебные письма» Главный редактор: Ольга Петухова Целевая аудитория: женщины и мужчины 55+ Периодичность: 2 раза в месяц	**Журнал «Дарья»** Главный редактор: В. Г. Сергеева Целевая аудитория: женщины 55+ Периодичность: 2 раза в месяц

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Аудитория 1 номера: 453 000 чел.	Объем: 48 страниц Формат: А4, полноцветное Аудитория 1 номера: 320 000 чел.
Журнал «Магия и красота» Главный редактор: О. И. Касьянова Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 68 страниц Формат: А5, ч/б, обложка – глянец, цветная Средний тираж 1 номера: от 70 000 Обложка – глянец, цветная	**Журнал «Люблю цветы!»** Главный редактор: В. А. Бобков Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 страниц Формат: А5, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 45 000
Журнал «Тайны XX века» Главный редактор: Елена Анфимова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: еженедельно Объем: 40 страниц Формат: А4, полноцветное Аудитория 1 номера: 612 000	**Журнал «Загадки истории»** Главный редактор: Дмитрий Кручинин Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: еженедельно Объем: 40 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 78 000
Журнал «1000 рецептов» Главный редактор: Ю.Н. Веремьев Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+	**Журнал «1000 сканвордов»** **Главный редактор: Алишер Халилов** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000 Обложка — глянец	Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 128 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Весёлый дачник» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 100 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	
Журнал «Военная история» Главный редактор: Д. И. Кручинин Целевая аудитория: мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 40 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Всё для тебя!»** Главный редактор: Е. В. Никитина Целевая аудитория: женщины 50+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Гигант-сканворд» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 276 страниц Формат: А4, полноцветное	**Журнал «Гороскопы и предсказания»** Главный редактор: Е. Р. Анфимова Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: от 100 000	Объем: 68 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Готовим дома» Целевая аудитория: женщины и мужчины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 60 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000	**Журнал «Дарья. Биография»** Главный редактор: В. Г. Сергеева Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 48 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 150 000
Журнал «Дарья. Ключворд» Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: еженедельно Объем: 68 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	**Журнал «Дарья. Филворд»** Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: еженеднльно Объем: 68 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Дарья.Гороскоп» Целевая аудитория: женщины 30+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	**Журнал «Дача и дачники»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 116 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Звёзды СССР» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 44 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	**Газета «Здоровье пенсионера»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000 Обложка — глянец
Журнал «Здравушка» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в полугодие Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	**Журнал «Красивый участок»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в полугодие Объем: 64 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 30 000
Журнал «Лечебник» Главный редактор: О. В. Петухова Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 50-68 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 70 000	**Журнал «Лечебные вести»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 10 раз в полугодие Объем: 64 полосы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000
Газета «Лечебные письма. Пенсионер»	**Журнал «Магические истории»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: женщины и мужчины 55+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000	Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 36 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Магия денег» Главный редактор: Л. В. Кириллова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 68 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 60 000	**Журнал «Настоящая магия»** Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 1 раз в полугодие Объем: 68 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Невыдуманные истории» Главный редактор: Е. Р. Анфимова Целевая аудитория: женщины 40+ Периодичность: 4 раза в месяц Объем: 36 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 65 000 Обложка — глянец	**Журнал «Пенсионер-дачник»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 50+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Рецепты на ура» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+	**Журнал «Секретная история»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Периодичность: 3 раза в полугодие Объем: 116 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000	Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000
Журнал «Секретные архивы» Главный редактор: Е. Р. Анфимова Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000 Обложка — глянец	**Журнал «Сказки»** Целевая аудитория: дети 0+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 52 полосы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Ёжик» Целевая аудитория: дети 3+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 32 страницы Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000 Обложка — глянец	**Журнал «Страна советов»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в полугодие Объем: 68 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000
Журнал «Тайны XX века. Русская история» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц	**Журнал «Тайны СССР»** Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 52 страницы

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Объем: 40 страниц Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 50 000	Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000 Обложка — глянец
Журнал «Тёщин компот» Целевая аудитория: женщины и мужчины 40+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 148 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: от 100 000	

ИД «Аргументы и факты»

Еженедельник «Аргументы и факты» - одно из самых авторитетных и успешных изданий России, лидер среди общественно-политических еженедельников, его тираж составляет 1,2 миллиона экземпляров, издается с января 1978 года.

По данным исследования Медиаскоп, «АиФ» – лидер среди всех еженедельных газет в России, читательская аудитория одного номера составляет 6 548 000 человек. А по полугодовой аудитории еженедельник является лидером среди всех печатных СМИ России с показателем в 26 460 000 человек – это почти половина всего взрослого населения России.

ИД «АиФ» издает газеты: «Аргументы и факты», «АиФ. На даче» и журналы: «АиФ ПРО Кухню», «АиФ ПРО Здоровье».

Генеральный директор Руслан Юрьевич Новиков. Главный редактор еженедельника «Аргументы и Факты» – Михаил Дмитриевич Чкаников

.

Таблица 23. Характеристики изданий ИД «Аргументы и факты»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Газета «Аргументы и факты» Главный редактор: Михаил Дмитриевич Чкаников (до февраля 2022 г. - Игорь Александрович Черняк) Издается с 1978 года Периодичность: 1 раз в неделю Объем: от 48 полос Средний тираж 1 номера: 1 млн. 200 тыс. экз.	**Газета «Аргументы и факты Здоровье»** Главный редактор: Д. А. Буравчикова Периодичность: 2 раза в месяц Формат: А3 Объем: от 40 полос Бумага: газетная 45 г/м2 Средний тираж 1 номера: от 300 000
Газета «АИФ. На даче» Главный редактор: Д. А. Буравчикова Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 16 полос Формат: А3, цветной Средний тираж 1 номера: от 300 000	**Журнал «АИФ. Про кухню»** Главный редактор: Д. А. Буравчикова Периодичность: 10 раз в год Объем: от 80 полос Формат: А4 Средний тираж 1 номера: от 200 000
Журнал «АиФ. Про здоровье» Главный редактор: Д. А. Буравчикова Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 80 полос Формат: А4	

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Средний тираж 1 номера: от 100 000	

ИД «Московский Комсомолец»

Издательский дом «Московский комсомолец» (ИД «МК») основан на базе ежедневной газеты «*Московский комсомолец*», выходящей с 1919 года. Издания ИД «МК» выпускаются с единым для всех логотипом ЗАО «Редакция газеты «Московский комсомолец» и зарегистрированы Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-41598 от 13 августа 2010 года. Главный редактор и владелец: Гусев Павел Николаевич. Организационная модель холдинга — линейно-функциональная.

Газета «Московский комсомолец» основана в 1919 году. Главный редактор: Гусев Павел Николаевич. Общественно-политическое издание общего спроса. Целевая аудитория: мужчины и женщины 20+ распространяется только на территории Москвы и Московской области тиражом до 700 тыс. экземпляров. Периодичность: 1 раз в день.

Кроме ежедневной газеты, ИД «Московский комсомолец» осуществляет подготовку и печать специальных еженедельных выпусков «МК» в 64 регионах Российской Федерации, еженедельных выпусков «МК» на Украине, в Белоруссии, Латвии, Казахстане и Киргизии, еженедельных выпусков «МК», издаваемых в США, Израиле, Канаде и др.

Для изданий ИД «МК» характерны: высокая концентрация обеспеченной аудитории с высшим образованием, руководителей и специалистов.

Таблица 24. Характеристики изданий ИД «Московский Комсомолец»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Газета «Московский Комсомолец» Главный редактор: Гусев Павел Николаевич	**Газета «Российская охотничья газета»** Главный редактор: Гусев Павел Николаевич

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Целевая аудитория: мужчины и женщины 30+ Периодичность: 5 дней в неделю Объем: 16 полос Формат: А2 Тираж: 700 000	Возрастная категория: 16+ Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 32 полосы Формат: А3 Тираж: 45 000
Журнал «Охота и рыбалка-XXI век» Редактор: Гусев Павел Николаевич Возрастная категория: 16+ Периодичность: 1 раз в месяц Объем: от 96 полос Формат: А4 Тираж: 45 000	**Журнал «Атмосфера»** Редактор: Екатерина Олеговна Прянник Возрастная категория: 16+ Периодичность: 5 раз в полугодие Объем: 132 полосы Формат: А4 Тираж: 120 000

ИД «Семь дней»

Издательство «Семь Дней», созданное в октябре 1995 года, является одним из лидеров на российском рынке печатных СМИ. В настоящее время издает: еженедельный журнал «Семь Дней ТВ-Программа», ежемесячный журнал «Караван историй», ежемесячный журнал «Коллекция Караван историй». Издательство входит в состав холдинга «Газпром-Медиа».

Президент ИД «Семь дней» – Кирилл Александрович Дыбский, исполнительный директор – Андрей Анатольевич Ледягин.

Таблица 25. Характеристики изданий ИД «Семь дней»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «Семь дней ТВ программа»	**Журнал «Караван историй»**

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Главный редактор Анжелика Пахомова Периодичность: 1 раз в неделю Объем: 72-96 полос Формат: 270х337 Средний тираж 1 номера: 600 000	Главный редактор Оксана Елисеева Издается с марта 1998 года. Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 196 полос Формат – 230х295, полноцветное Средний тираж 1 номера: 160 000 Печатается в Финляндии
Журнал «Коллекция каравана историй» Главный редактор Нина Нечаева Издается с марта 2006 года Периодичность: 1 раз в месяц Формат: 175 х 225, полноцветное Объем: 192+ 4 полосы обложка Средний тираж 1 номера: 500 000 Печатается: Финляндия	

ИД «За рулем»

«За рулем» – первый автомобильный журнал России. Учредитель – ООО «За рулем», распространение – Россия.

Табл. 27. Характеристики изданий ИД «За рулем»

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Журнал «За рулем» Главный редактор Максим Кадаков Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 148 полос Формат: А4, полноцветное Средний тираж 1 номера: 320 000	**Газета «За рулем – регион»** Главный редактор Виктор Фомин Периодичность: 2 раза в месяц Объем: 40 полос Формат: 207х270, полноцветное Средний тираж 1 номера: 145 000
Журнал «Купи авто» Главный редактор Виктор Фомин Периодичность: 1 раз в 2 недели Объем: 64 полосы	

Главный редактор издания, технические характеристики изданий	
Формат: 207х270, полноцветное Средний тираж 1 номера: 34 160	
Журнал «Рейс» Главный редактор Дмитрий А. Поцелуевский Периодичность: 1 раз в месяц Объем: 64 полосы Формат: 205х265, полноцветное Средний тираж 1 номера: 25 000	

ИД «Metro»

Ежедневная утренняя городская газета Metro Москва — единственное на московском рынке печатных СМИ издание, сочетающее полноценный информационный контент и бесплатное распространение. Каждое утро по дороге на работу из газеты Metro москвичи получают самую свежую информацию о жизни города, обзоры наиболее значимых событий в стране и в мире, советы потребительского характера и разнообразные развлекательные материалы. В июле 2009 г. газета Metro Москва вышла на первое место среди всех московских ежедневных и еженедельных газет с читательской аудиторией каждого номера 628,5 тыс. человек.

Первый номер газеты «Метро» вышел в сентябре 1997 года тиражом 200 тысяч экз. и был приурочен к 850-летию Москвы. На московском рынке печатных СМИ газета «Метро» стала единственным бесплатным изданием, распространяемым на территории Московского метрополитена. Сегодня главным редактором газеты является Юлия Жуковская.

Периодичность – 5 раз в неделю (понедельник-пятница)
Тираж 300 000 экз.
Распространение – газета Metro Москва распространяется бесплатно на станциях Московского метрополитена, в утренних автомобильных «пробках» (50 точек), а также в Мосгордуме и в здании Правительства Москвы;
Формат – А3
Объем – 12—24 полос;
Печать – цветная, 4+4;

С марта 2009 г. газета Metro Москва выходит под зеленым логотипом Metro International. С тех пор газета полностью обновилась, теперь в ней большое количество качественного информационного материала, много

цветных фотографий и инфографики. Благодаря системе онлайновой верстки, позволяющей наблюдать за верстской всех изданий Metro в мире, редакция получает эксклюзивные материалы от 500 собственных корреспондентов в 19 странах.

Контакты

Адрес: 125124, Москва, 5-я ул. Ямского поля, дом 7 корпус 2
Общий телефон редакции:+7 (495) 787-12-11
internet@gazetametro.ru
Сайт: www.metronews.ru

Основные тенденции развития московского рынка печатных СМИ

В 2022 году важнейшим фактором, влияющим на общие тенденции развития рынков, стала политическая ситуация. Мировые события также повлияли на потребление новостей и повышение уровня доверия среди населения к традиционным СМИ, включая новостные онлайн-ресурсы. Развитие информационных технологий и продолжение активной цифровизации общества оказывают влияние на изменение моделей поведения аудитории, их предпочтения, что требует от издательств адаптации деятельности под существующие реалии и перспективы развития отрасли и новых технологий.

Основные тенденции московского рынка печатных СМИ:

- рост популярности деловых новостей (ранее достаточно «эксклюзивной» тематики, которой сегодня интересуется значительный объем населения);
- рост интереса к СМИ среди молодой и женской аудитории;
- повышение интенсивности чтения;
- расслоение тематических интересов молодой и старшей ЦА;
- повышение потребности в кросс-чтении (потребление одновременно несколько источников информации, наиболее вызывающих доверие среди населения);
- локализация бизнеса, перестройка на рынке глянца,
- изменения рекламного рынка в части бюджетов и рекламодателей;
- изменение интересов аудитории по категориям и смещение повестки лайфстайл;
- рост доверия аудитории к традиционным СМИ;
- развитие медийных форматов среди издательств, взаимодействие с аудиторией на новых площадках;

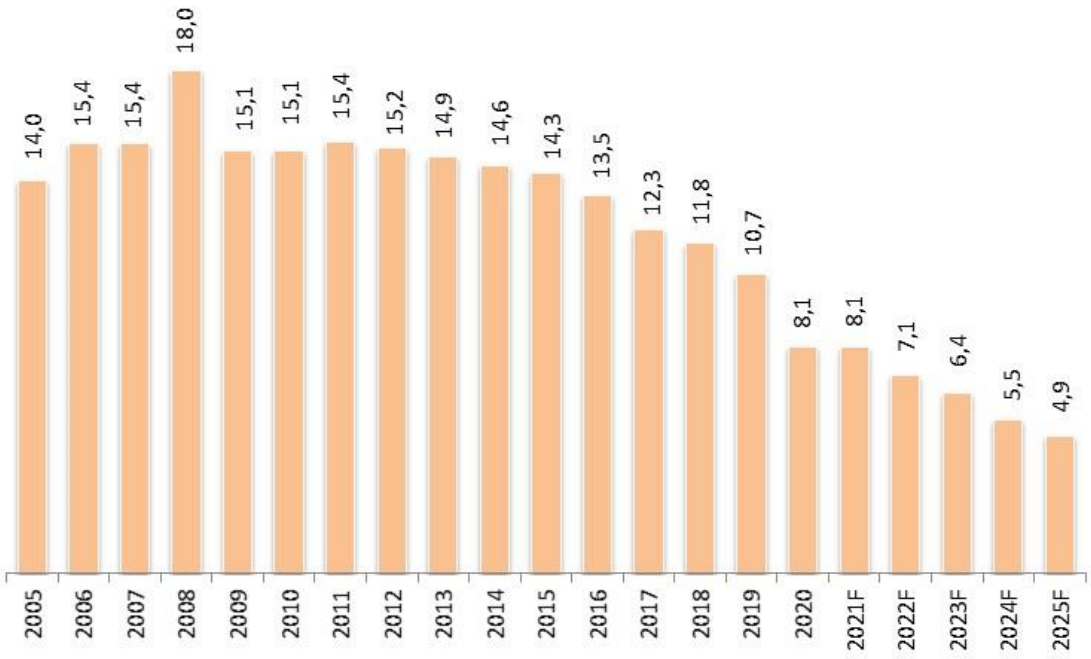
- диверсификация бизнеса;
- рост значимости поддержки со стороны государства.

Динамика развития московского рынка распространения печатных СМИ

Доля рынка печатных СМИ города Москвы относительно печатного рынка России, динамика и тенденции

Доля московского рынка распространения печатных СМИ составляет порядка 17% от российского рынка. В стоимостном выражении столичный рынок распространения печатных СМИ (доход от продажи печатных СМИ в розницу и по подписке) составил по итогам 2019 года 10,7 млрд руб., что меньше на 9%, чем годом ранее. В 2020 г. доходы печатных СМИ в Москве составили 8,1 млрд руб., что меньше на 25%, чем в 2019 г. Потери московского рынка в 2020 г. были более высокими по сравнению с другими регионами из-за более жестких ограничительных мер.

Рисунок 8. Динамика объема московского рынка распространения печатных СМИ, млрд руб.

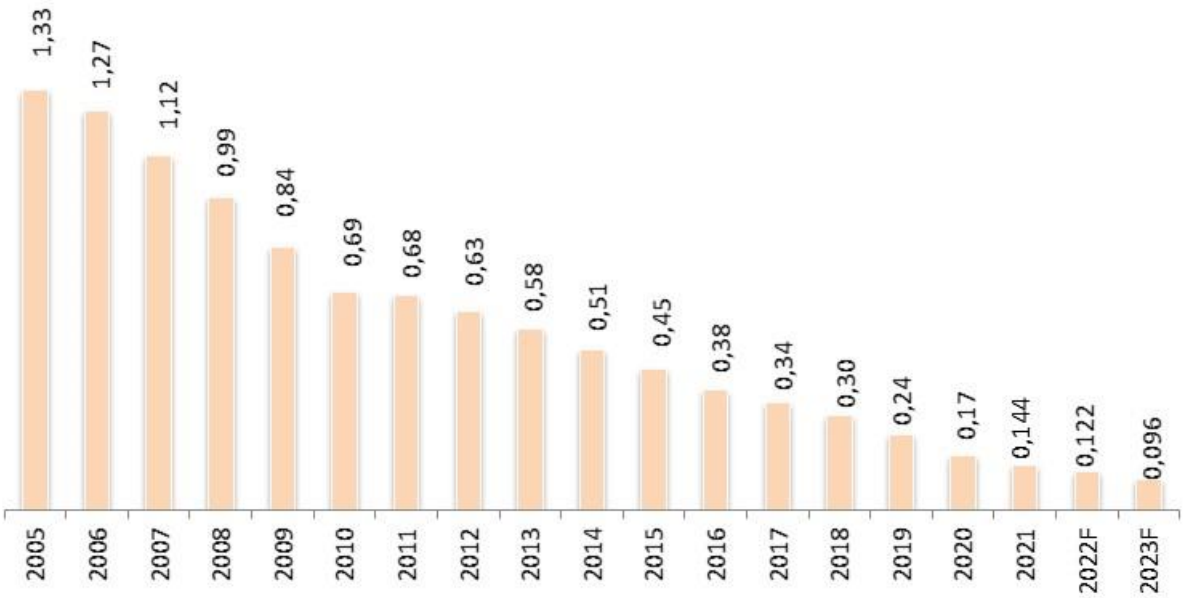


Источник: СППИ ГИПП по данным дистрибьюторов, Почты России, Росстата

Последние годы московский рынок распространения периодических СМИ, как и российский рынок прессы в целом, развивался по инфляционной модели: рынок значимо сокращался в натуральном выражении (в числе выпущенных и реализованных копий), но минимально падал в денежном за счет повышения цен. В 2021 году московский рынок печатных СМИ

развивался в этом ключе, потеряв в тиражах почти 15-17%, а в рублевом выражении 1-2%. Рынок печатных СМИ в Москве стал оживать в конце лета – начале осени 2020 г., однако возвращения к докризисным объемам продаж в 2021 г. не произошло. Часть потребителей ушла в цифровые СМИ в 2020 г. и больше уже не вернулась за печатной версией издания. В 2022 году ожидается более глубокое снижение продаж печатных копий как в розницу, так и по подписке из-за снижения рекламных доходов, сокращения количества выходов изданий, ухода с рынка ряда изданий из-за геополитической ситуации. Ожидается, что выручка от продаж печатных копий снизится до 14% в зависимости от роста розничных цен на издания.

Рисунок 9. Динамика московского рынка печатных СМИ. Продажи прессы в розницу и по подписке, млрд экз.



Источник: СППИ ГИПП по данным дистрибьюторов, Почты России, Росстата.

Проданные тиражи печатных СМИ сокращались во всех регионах РФ на протяжении последних 15 лет, в том числе и в московском регионе. Годовой объем московского рынка печатных СМИ (продажи в розницу и по подписке) в количественном выражении (в экземплярах) составил за 2017 год 0,34 млрд экз., за 2018 г. – 0,30 млрд экз. (-12%), в 2019 г. – 0,24 млрд. экз.

В 2020 году московский рынок печатных СМИ сократился в тиражах на почти 30% и снизился до отметки 0,17 млрд. экз. Годовой объем рынка печатных СМИ Москвы в 2021 году продолжил сокращаться, несмотря на отмену большей части ограничительных мер по COVID-19. Прогнозируется, что он уменьшится еще на 15% минимум. Издатели вынуждены повышать

стоимость печатных изданий в связи с ростом издержек на их производство из-за повышения цен на бумагу, электричество, стоимость бензина и т. д. Логистические затраты на распространение печатных копий ежегодно увеличиваются на 5-10% по РФ, а в Москве и до 15% в год. Дорожают склады, стоимость их содержания, увеличивается и стоимость доставки на торговые точки.

Рисунок 10. Структура платного распространения печатных СМИ в России в 2022 г., тираж, %



Источник: СППИ ГИПП по данным Минцифры России, Почты России, Росстата

Доля подписки на печатные СМИ в Москве составляет около 2%, основный канал реализации печатной прессы жителям столицы – это розничные точки продаж. Доля подписки в Москве стала расти на фоне ограничительных мер по COVID-19 в 2020 г., но пока остается на невысоком уровне по сравнению с другими регионами РФ.

Рисунок 11. Структура платного распространения печатных СМИ в Москве в 2022 году, тираж, %



Источник: по данным ФАПМК, Почта России, Росстат

В настоящее время в городе Москве работают 4368 торговых объектов по распространению периодической печати разных форматов, в том числе 1477 киосков прессы и 133 пресс-стенда.

Ситуация на рынке прессы Москвы продолжает быть сложной. В январе-феврале 2022 года продажи в киосках прессы заметно сократились в связи с сохраняющейся пандемией, сильными морозами и снегопадами. В 2022 году продолжился рост цен на полиграфическую бумагу, увеличилась стоимость логистики для дистрибуторов по причине роста цен на топливо для автотранспорта.

Все эти обстоятельства в совокупности привели к увеличению конечных розничных цен на прессу в первом квартале 2022 года на 22% к 2021 году, и ожидается дальнейший рост. По этой причине продажи упали, увеличились возвраты, а ежедневная доставка прессы до НТО «Печать» стала нерентабельной.

По итогу марта и апреля текущего года в розничной сети наблюдался недостаток периодических изданий и перебои с поставками некоторых видов сопутствующих товаров, вследствие чего выручки не поднялись на ожидаемый сезонный результат.

В первой половине мая выручки в киосках существенно снизились ввиду вышеуказанных причин плюс традиционный отъезд москвичей за город на праздничные дни. Киосковые сети Москвы также продолжают испытывать экономические трудности ввиду закрытия изданий по причине применения санкций к 15% от всех продаваемых изданий (их количество продолжается сокращаться), большинство из которых были глянцевыми дорогостоящими

журналами. Их уход с рынка снизил поступление средств в отдельных киосках до 20%. В течение мая прошло очередное повышение цен на печатную продукцию, продиктованное ростом цен на бумагу со стороны типографий.

По итогам июня 2022 г. в киосках наблюдалось существенное падение выручек в связи с началом летнего сезона. Издательские дома сократили тиражи изданий. Продажи печатной продукции и ТНП снизились до минимальных значений, низкооборотные киоски приостановили торговую деятельность в связи с убыточностью и отсутствием киоскеров.

По итогам июля текущего года продажи в киосках просели еще ниже минимальных значений июня. Распространителя закрывают объекты на лето и сокращают количество рабочих дней. Обсуждается вопрос приостановки ежедневного развоза по киоскам ежедневных изданий в связи с большими затратами и отсутствием выручек.

По итогам августа текущего года наблюдается сезонный незначительный подъем продаж печатной продукции. Имеет место дефицит топовых изданий (телегидов и еженедельников) в связи с проведенными мероприятиями по оптимизации заказов и рассылов. Киосковые сети Москвы также продолжают испытывать экономические трудности ввиду закрытия изданий по причине применения санкций к 15% от всех продаваемых изданий (их количество продолжается сокращаться), большинство из которых были глянцевыми дорогостоящими журналами.

Этой осенью наблюдается устойчивое увеличение спроса со стороны покупателей на печатную продукцию, но ниже уровня 2021 года.

Объемы инвестиций

Если в 2021 году сумма объявленных сделок по слиянию и поглощению (M&A, mergers and acquisitions) с любым участием российских компаний составила $33,9 млрд или только 40% от уровня 2020 года ($56,5 млрд), то в 2022 году она, несомненно, будет явно ещё меньше. А интерес инвесторов к активам печатных СМИ в течение 2022 года по-прежнему оставался не только низким, но и в значительной степени был своеобразным - связан с приобретением и переходом в российские руки иностранных брендов, решивших под действием санкций уйти с российского рынка.

По состоянию на 27 июня 2022 года с рынка России окончательно ушли или остановили свою деятельность 799 иностранных компаний, то есть 58% из т.н. списка мониторинга Йельского университета (больше 1300 компаний), обновляемого теперь с 28 февраля. Ещё 12% сократили производство, столько же — 12% — незначительно ограничили активность: перестали инвестировать или заключать новые контракты. Треть зарубежных фирм, имевших бизнес-

связи с Россией, были зарегистрированы в США, 9% — в Германии, 3,7% — в Китае. Больше всего остановивших бизнес и ушедших из нашей страны компаний — среди британских и шведских, из них ушли 88% фирм. Голландские и индийские фирмы чаще других решали сократить производство, австрийские и датские — ограничить активность. 80% китайских и 57% индийских компаний продолжили бизнес как обычно.

Большинство иностранных компаний работало в промышленности - 25% от общего количества, но основная масса остановивших бизнес и ушедших из России компаний относится к сфере НКО — 92% и ИТ — 76%. Меньше всего ушло компаний из сферы здравоохранения — 67%. Много ушедших из России иностранных компаний работало и в сфере медиа.

В апреле текущего года о своём решении полностью уйти с российского рынка заявил Издательский дом «Condé Nast». С 1998 года ИД «Condé Nast Россия» выпускал у нас целую линейку известных мировых глянцевых журналов: «Vogue», «GQ», «GQ Style», «Tatler», «Glamour», «Glamour Style Book», «AD» К ним добавился женский журнал «InStyle», а женский журнал «Grazia» закрыл свою печатную версию, так как «все делают онлайн». Лицензия «Grazia», однако, пока действует.

Правда, в соответствующем заявлении отмечается, что в планы издателя «InStyle» входит «максимально сохранить команду журнала и оперативно запустить новый медиа бренд, ориентированный на современный стиль, моду, культуру, образ жизни и готовый работать по модели 360 градусов: (принт+ сайт+ соцсети).

Уход с российского рынка обошелся французскому медиаконцерну «Publicis Group» в €87 млн ($94,9 млн). Такая оценка приводится в пресс-релизе о финансовым результате группы за первый квартал 2022 года. Там же сообщается, что её российское подразделение было исключено из отчетности с 1 апреля 2022 года. О сворачивании деятельности из-за спецоперации на Украине «Publicis Group» объявила 15 марта, передав управление локальными агентствами основателю российского бизнеса Сергею Коптеву.

Издательский дом «Independent Media» заявляет, что продолжает работу на российском рынке, но в новом формате. Российский издатель перезапускает бренды, которые ранее выпускались в партнерстве с конгломератом Hearst, в локализованных российских версиях и под новыми названиями. Проекты сохранят главных редакторов и основной состав креативных команд, но расширят круг освещаемых тем. По расчётам, это позволит сохранить преемственность концепций брендов и усилит позиции Independent Media в русскоязычном медиапространстве, позволит сделать переход на новые сайты

максимально комфортным как для аудитории, так и для партнеров и рекламодателей.

В числе перезапущенных брендов называются:

«VOICE»: новый проект от команды журнала «Cosmopolitan» и портала cosmo.ru, женского портала №1 в России. Он позиционируется как актуальный ресурс для современных российских женщин, которые хотят быть в курсе всех происходящих событий, и сами определяют, какой будет их жизнь, независимо от обстоятельств.

«Men Today»: расширенная концепция журнала «Men's Health» – авторитетный источник информации о здоровом отношении к жизни и к себе, который будет регулярно освещать не только ЗОЖ-повестку, но и темы технологий, бизнеса, автомобилей, финансов, культуры, моды и отношений – всё то, что интересует современного мужчину.

«Новый очаг»: новая версия журнального бренда «Домашний Очаг». «Новый очаг» по-прежнему будет практичным, поддерживающим, теплым. Бренд будет писать обо всем, что волнует реальную женщину в её реальной жизни.

«TechInsider»: расширенная вселенная журнального бренда «Популярная Механика» – проект о том, как устроен мир. Главными задачами проекта являются популяризация науки, освещение российских и мировых достижений в области технологий и инноваций.

«Правила жизни»: новый проект команды журнала Esquire – для умных и разборчивых.

«The Symbol»: новый проект от команды легендарного журнала «Harper's Bazaar» о вещах, людях и событиях, которые играют заметную роль в самых разных сферах и становятся символами времени.

Журналы «Grazia» и «Robb Report» продолжат работать в прежнем режиме.

По словам генерального директора ИД «Independent Media» Натальи Весниной, этот издательский дом одним из первых на российском рынке трансформировал свой бизнес по принципу digital-first, и значительные мощности в диджитальном пространстве стали для компании гарантом устойчивости в сложившейся ситуации, а также дали возможность оперативно перестроиться, сохранить основную часть команды и выйти с новыми версиями старых брендов.

В июне 2022 года было презентовано новое название компании – «Shkulev Media Holding», у которой после ухода с российского рынка американского партнера Hearst остался один собственник – Виктор Шкулёв.

На сегодняшний день «Shkulev Media Holding – это 100% российская компания, что придает ей стабильность.

Сегодня компания «Shkulev Media Holding» представлена в 49 регионах России. Аудитория её цифровых активов, в которые входят сайты Woman.ru, Wday.ru, StarHit.ru, Elle.ru, ElleGirl.ru, ElleDecoration.ru, Maximonline.ru, MarieClaire.ru, Psychologies.ru, Parents.ru, VokrugSveta.ru, «Доктор Питер» и другие, выросла до 121 млн пользователей.

В 2022 году Сеть Городских Порталов «Shkulev Media Holding» пополнилась новым брендом – столичным новостным сайтом MSK1.RU. «Команда сайта взял на себя смелость в эти сложные времена и для такого сложного рынка как Москва сделать городской московский сайт. Это наша витрина, точка входа в единое медиа, которое называется Городские порталы, где мы имеем единую платформу и для каждого города – кастомизированный бренд», констатирует В.М. Шкулёв.

Было проанонсировано создание новой компании и производство сериалов «Long Tale Production», которая в данный момент работает над вторым сезоном сериала «Френдзона». Креативным продюсером стал Александр Маленков.

При этом «Shkulev Media Holding» остается важным игроком и на рынке прессы. Аудитория печатных проектов медиахолдинга – 6.2 млн. читателей. В топ-3 самых читаемых журналов в России входит «Антенна-Телесемь» (на первом месте), и «Вокруг света» – на третьем.

Все сайты группы брендов ELLE: Elle.ru, ElleDecoration.ru и ElleGirl.ru продолжают свою работу.

5 августа 2022 года была зарегистрирована смена наименования ПАО РБК. Новое полное фирменное наименование – Публичное акционерное общество «Группа компаний РБК», – говорится в сообщении компании.

По словам заместителя генерального директора РБК по операционной деятельности Тимофея Щербакова, цель таких изменений – подчеркнуть, что РБК больше, чем медиакомпания. «Мы планируем больше инвестировать в развитие направления сервисов для бизнеса», цитирует пресс-служба компании».

В январе 2022 года розничная сеть «Магнит» купила активы ИД «Гастроном» – одного из крупнейших российских медиа, выпускающих журналы о кулинарии и гастрономии. Как сообщает пресс-служба ритейлера, совместными усилиями они собираются развивать медиаплатформу о еде и здоровом образе жизни. Помимо сайта gastronom.ru, издательский дом выпускает журналы «Гастрономъ», «Школа гастронома», «Школа гастронома. Коллекция рецептов», «Садовник», «Коллекция садовника», «Женские

секреты». Частью издательского дома является рекламное агентство «Гастроном продакшн», кулинарная школа-студия «Гастрономъ». Вместе с издательством «Эксмо» у ИД есть книжный проект «Книги Гастронома».

«Гастроном» – не первый медиапроект, над которым работает «Магнит». В декабре 2021 года был запущен портал Shopper's – деловое издание о бизнесе в сфере офлайн и онлайн-торговли, сельского хозяйства, технологий и о потребительском рынке. В «Магните» уточняют, что Shopper's станет самостоятельным проектом и в платформу «Гастронома» интегрирован не будет, так как у них разные аудитории.

А вот издательский дом «Forward Media Group» (FMG) - один из крупнейших в недавнем прошлом - в июле 2022 года лишился последнего своего медиа — журнала «Интерьер+ Дизайн» и больше не владеет ни одним СМИ. В конце 2021 года FMG прекратил издавать журнал «Hello!», но лицензия перешла к другой компании.

Развитие издателями бизнеса, мультимедийность

Процесс сокращения в Российской Федерации числа зарегистрированных и выходящих в свет журналов, их тиражей и аудитории в 2022 году ускорился, хотя его пока нельзя назвать критичным. Но даже у лидеров журнального рынка России – Hearst Shkulev Publishing, Burda, IM Media, Independent Media, «7 дней», «За рулем», «Толока» - тенденция закрытия изданий, приостановки их печатных версий, сокращения тиражей и аудитории стала устойчивой и, похоже, уже необратимой.

Стремясь компенсировать потери и, в особенности, сохранить аудиторию, издатели российских журналов активно развивают электронные ресурсы, Электронную подписку, организуют мероприятия, онлайн-торговлю отдельными видами товаров и прочее. Всё это помогает, и позволяют пока российскому журнальному рынку сохранять относительную устойчивость на рынке, прежде всего за счет журнального масс-маркет сегмента.

В настоящее время тема дальнейшего развития печатных СМИ Москвы и страны в целом является ключевой в издательской деятельности, причём исчерпывающих ответов о путях такого развития на данный момент нет. Причин тому много. В современном мире роль интернета быстро растет, но традиционные СМИ сохраняют свою жизнеспособность. Для рынка печатной прессы сегодня наиболее актуальными проблемами являются: сокращение тиражей периодических печатных изданий вместе с их реализацией, падение интереса к чтению печатной прессы среди потребителей, широкое проникновение цифровых носителей, которые быстро и повсеместно замещают традиционные ниши, прежде всего нишу бумажных изданий. Вот

почему перед печатными СМИ и издательской индустрией в целом острейшим образом стоит задача адекватного реагирования на происходящее с точки зрения собственного маркетингового и аудиторного перепозиционирования.

Российские и международные эксперты уверены, что ныне печатные СМИ повсеместно переживают особый период развития, и, несмотря на потери, пока ещё остаются надежным и эффективным медийным каналом коммуникации с аудиторией, обладающим широким спектром традиционных и мультимедийных возможностей. Самым заметным явлением на рынке печатных СМИ мира, России, и Москвы в последнее время стало то, что наиболее успешные в плане модернизации деятельности периодические печатные издания обретают второе дыхание. Их редакции создают контент, ориентированный на любой носитель, улучшают его содержание и расширяют способы доставки до аудитории, совершенствуют стиль, форматы, дизайн и базисные подходы к ведению издательского бизнеса вообще.

К примеру, мультимедийная редакция «Вечерняя Москва» запустила первый выпуск программы «Новости+» на телеканале «Большой эфир» собственного производства компании Триколор. «Новости+» это информационно-аналитические включения с участием экспертов, где обсуждаются культурные, научные, общественные события, произошедшие в Москве, стране и мире. Выпуски программы будут выходить дважды в день по будням и трижды по воскресеньям с повторами.

С 4 октября на канале «Большой эфир» начнет выходить программа «Перекличка столиц». Герои эфира, выходцы из России, поселившиеся в разные уголки мира. Они расскажут зрителям о традициях и обычаях этих стран. Темы, которые предлагается к обсуждению, близки каждому: пенсия, трудовое законодательство, а также быт, праздники и не только.

Сетевое вещание «Вечерней Москвы» благодаря синтезу телевизионного и диджитал-формата стало топовой дискуссионной площадкой Москвы для ведущих экспертов из различных сфер деятельности, на которой максимально оперативно и качественно освещаются ежедневные региональные, российские и мировые события. Зритель «Большого эфира» сможет получить доступ к цифровым продуктам мультимедийной редакции «Вечерней Москвы» и получать самую свежую экспертную информацию. Сотрудничество с Триколором даст возможность сетевому вещанию «Вечерней Москвы» существенно расширить аудиторию за счет интеграции программ в сетку «Большого эфира». Телеканал «Большой эфир» доступен на спутнике, а также на сайте kino.tricolor.tv и в приложении «Триколор Кино и ТВ» для мобильных устройств и Smart TV. Также канал можно смотреть на подключенных к интернету гибридных приёмниках и TV Box.

Компания Taboola, одна из продвинутых компаний в сфере AdTech, специализирующаяся по работе с рекомендациями в интернете, объявила о партнерстве с «Вечерней Москвой». Taboola поможет издателю значительно повысить вовлеченность аудитории и увеличить доходы при помощи размещения блоков рекомендации контента на сайте vm.ru. «Вечерняя Москва» также планирует использовать Taboola Newsroom – передовую технологию анализа аудитории, использующую искусственный интеллект для настройки редакционных процессов.

Обобщая обзор различных бизнес-моделей в сегменте газетной и журнальной периодики, можно выделить ряд перспективных возможностей для развития издательского бизнеса в сложившихся политико-экономических обстоятельствах:

- Тематическая переориентация и специализированные тематические проекты;
- Нишевая платежеспособная переориентация;
- Усиление региональной/локальной тематизации с созданием медиакомьюнити;
- Партнерские нерекламные проекты (например, экологические инициативы, платные услуги фактчекинга редакций);
- Трансформация подходов к организации работы внутри редакций;
- Корпоративный контент;
- Краудфандинг и краудсорсинг.

Издатели указывают на некоторые поводы для оптимизма в плане развития бизнеса, и эти перспективы связываются в интервью топ-менеджмента со следующими бизнес-идеями: спецпроекты, трансформация аудитории и создание из нее медиакомьюнити, гибкая система дистрибуции и сочетание принта с аудиовизуальной подачей информации, модернизация работы редакций. Развитие издателями новых форм и способов коммуникации с целевой аудиторией. Основные тенденции.

С началом Специальной военной операции ВС РФ на Украине российская газетная пресса кардинально скорректировала свою редакционную политику. Изменения коснулись, как подачи новостей, так и их структуры, поскольку мир с этого момента тоже сильно изменил свои очертания. Очень востребованной стала военная тематика, связанная с СВО. Теперь здесь мы должна искать не только новых партнёров, но и экстренно решать задачу развития собственного высокотехнологического производства,

Вот почему ИД «Аргументы и факты» с апреля 2022 года реализует два актуальных спецпроекта: «Время созидать» и «Импортозамещение в России». В рамках этих проектов собираются оптимистичные примеры созидания в разных областях промышленности.

Сайт «Комсомольской правды» появился в 1998 году, в феврале 2009 года вышла в эфир радиостанция «Комсомольская правда», реализуется курс на развитие Электронных ресурсов. Сайт kp.ru, по данным компании «Mediascope», входит в тройку крупнейших сайтов категории «СМИ и новости», а сайт radiokp.ru - в топ-10 сайтов этой категории. Последним новшеством стал запуск в 2021 году спортивного сайта sportkp.ru.

Не стоит сбрасывать со счетов и новые медиа – социальные сети – где присутствие медиаресурсов «КП» традиционно весьма велико, а за пандемию и период санкций, после начала СВО на Украине, оно только укрепилось. Например, число подписчиков в социальных сетях выросло на 50%. При этом взрывной рост показывают, как прослушивания подкастов на Радио КП, так и просмотры видеосюжетов, этот показатель ныне составляет более чем 900 млн просмотров.

В 2022 году Издательский дом «Московский комсомолец» продолжал удерживать лидирующие позиции на рынке ежедневных газет России с платным распространением (средний общий отпечатанный тираж одного номера газет ИД «МК» теперь составляет 1 млн 843 тыс. экземпляров). В условиях активно закрывающихся и переходящих в цифровой формат газет, этому издательскому дому в целом удаётся поддерживать как географию, так и аудиторию его федерального проекта – «МК. Российский региональный еженедельник». Сегодня печатную версию «МК.РРЕ» читают в 46 регионах России и 11 зарубежных странах.

Интернет-проекты ИД «МК» в 2022 году тоже наращивали и свои аудиторные показатели: так, аудитория сайта Mk.ru из года в год остается стабильно высокой и составляет - более 220 млн пользователей (суммарное количество). Аудитория сайта «АвтоВзгляд» за 2021 год выросла на 12% - суммарное количество пользователей составило более 43,5 млн (это самый высокий показатель роста среди сайтов ИД «МК»), аудитория сайта sportmk.ru выросла на 6%. В условиях локдауна и отсутствия спортивных мероприятий, сайт был выделен в самостоятельный интернет-ресурс и до конца года планируются завершить его редизайн.

Интернет-ресурсы издательского дома показывают положительную динамику и по объему привлеченных рекламных бюджетов. На сайте mk.ru прирост составил 12%, sportmk.ru - 250%, avtovzglyad.ru - 50%, ohotniki.ru - 55%, womanhit.ru - 20% Общий прирост по сравнению с 2020 годом составил более 50% (данные Я. Метрика за период январь-октябрь 2020/2021). Эффективность спецпроектов на ресурсах ИД достигается за счет использования различных трендовых форматов подачи материала (смолток, стритток, лайв-трансляции, видеоинфографики, игровых интереактивов).

Принципы мультимедийности, заложенные в основу редакционного формата, позволили вовлечь в информационное поле «Вечерней Москвы» самые различные в социально-демографическом плане группы читателей, а многоканальная система распространения обеспечивает максимальную доступность изданий москвичам. Большое внимание уделяется взаимодействию с читателями, уточнению их информационных запросов и получению обратной связи.

Сегодня в портфеле мультимедийной редакции газеты «Вечерняя Москва» семь успешных изданий, адресованных различным целевым группам, портал городских новостей vm.ru, студия сетевого вещания и медиацентр. В июле 2022 года в Telegram-канале газеты «Вечерняя Москва» появился бот — @vmoskvaFeedbackBot, где любой желающий может поделиться интересными событиями из жизни города и не только.

На базе редакционного медиацентра функционируют общественные клубы — «Клуб политологов», «Клуб участковых», «Клуб пресс-секретарей», «Клуб учителей». Регулярные клубные встречи – источник уникального, востребованного читателем контента.

Отдельное направление – работа с подрастающим поколением. При поддержке Департамента СМИ и рекламы г. Москвы Редакция «Вечерней Москвы» издает специальную вкладку «Пресса в образовании» – это проект, предполагающий использование качественных периодических изданий в рамках школьного образовательного процесса, и призванный стимулировать интерес к печатным СМИ как источнику информации, способствовать формированию у подростков навыков постоянного чтения газет и журналов и развивать навыки анализа и критического мышления. Распространяется во всех школах г. Москвы. При редакции «ВМ» действуют школа юного корреспондента «Новый фейерверк», обучение проходит на безвозмездной основе. Так же каждый год газета принимает на практику студентов столичных ВУЗов.

К сожалению, в современной России детская пресса находится в сложной ситуации. Мультимедийность издателей детских СМИ ныне, скорее, проблема, чем реальность Возможности и ресурсов развивать мультимедийную редакционную модель у издателей детской прессы почти нет: тиражи изданий незначительны, трудности с распространением в этом сегменте даже более актуальны, чем во взрослом, а реклама в детских СМИ обычно не привлекательна для рекламодателя, следовательно, не может стать основным источником финансирования большинства изданий.

Современному школьнику самостоятельно очень трудно автоматически перейти с интернет-контента, наполненного видео, картинками и разнородной информацией, к которому он привык, к классическим книгам, где нужна

усидчивость, умение вчитываться и анализировать текст. Здесь-то и приходят на помощь детские СМИ, которые становятся как бы «промежуточным звеном».

В этой связи Департамент СМИ и рекламы г. Москвы при поддержке столичного Департамента образования уже в 2012 году в порядке эксперимента запустил школьный проект «Пресса в образовании». Спустя 10 лет эта инициатива, тщательно продуманная и блестяще реализованная на базе газеты «Вечерняя Москва», превратилась в успешный и во многом уникальный общероссийский ресурс, объединяющий усилия городских, окружных и районных изданий, школьных методистов, учителей и московских старшеклассников.

Идея проекта «Пресса в образовании» подсказана опытом целого ряда зарубежных стран, где местные органы школьного образования вместе с издателями нашли возможности эффективного использования тематических полос качественных газет и журналов в интересах школьного образовательного процесса. Редакционные материалы, подготовленные в рамках этого проекта, используются как один из источников для школьного образования критически важным в современной жизни знаниям и навыкам. Интеграция печатных СМИ в процесс классной и внеклассной подготовки к занятиям стимулирует интерес школьников к чтению. Актуальность и надёжность источников получаемой информации создают основу для живого и заинтересованного диалога учителей с учениками по самым разным темам обществознания, искусства и культуры, истории страны и города, другим темам, расширяющим рамки обычной школьной программы. Попутно подростки вовлекаются в обсуждение того, как формируется информация в СМИ, какие методы и инструменты используются для её проверки и донесения до аудитории. Проект позволяет подробно рассказать школьникам о просветительной и информационной функции качественных СМИ, учит ориентироваться в информационном поле, ориентирует в выборе будущей профессии.

Содержание всех выпусков, специально производимых для использования в школьном процессе, проходит строгий контроль на соответствие возрасту школьников.

В реализации этого проекта задействованы редакции газет «Вечерняя Москва», «АиФ» и журнала «Московский журнал. История государства Российского». Проект охватывает 600 образовательных комплексов Москвы из всех административных округов столицы.

Данные по читательской аудитории, объемам рекламы (в печатных СМИ, онлайн-ресурсах) и объемам продаж изданий. ТОП-10 по основным тематикам

Анализ читательской аудитории города Москвы

Период карантинных ограничений 2020-21 гг. и реализуемой в настоящий момент Специальной военной операции ещё раз доказал, что доверие к печатной прессе, как источнику достоверной качественной информации, подготовленной профессиональными редакциями, не упало, а выросло.

Российские и международные эксперты отмечают, что печатные СМИ повсеместно переживают особый период развития, создают контент, ориентированный на различные носители и потребности аудитории, работают, по сути, на 2 аудитории – печатную (более возрастную) и цифровую (современную). Прогрессивные издатели активно работают над контентом и способами его доставки до аудитории, совершенствуют стиль, форматы, дизайн и подходы к ведению издательского бизнеса, предложения для рекламодателей и партнеров. При этом остаются надежным и эффективным медийным каналом коммуникации с аудиторией, обладают широким спектром традиционных и мультимедийных возможностей. В итоге совокупная аудитория таких изданий если и сокращается, то незначительно, расширяется ее «возрастной характер», сохраняются доходы.

Рисунок 12. Индекс доверия СМИ



Источник: ВЦИОМ

По данным исследования ВЦИОМ в 2022 году уровня доверия СМИ

показывает рост доверия к традиционным СМИ. Центральная и региональная пресса занимает 4 и 5 место по уровню доверия российских граждан после телевидения, новостных, аналитических и официальных сайтов. Динамика наблюдается у прессы по снижению уровня недоверия на 5-7 пунктов за рассматриваемый период, что положительно характеризует прессу. Мессенджеры, блоги и социальные сети показывают низкий уровень доверия среди населения, индекс имеет отрицательное значение, показывая, что данные источники информации вызывают больше не доверия, чем доверие. Уровень доверия является важным индикатором, показывающим развитие общества и отношения населения к тем или иным процессам. Особенно в кризисные явления велика роль традиционных СМИ, информация которых регулируется и проходит проверки на ее достоверность. В отсутствие этого появляется много ложной информации, которая еще больше оказывает пагубное влияние на общество.

В первом полугодии 2022 года по сравнению с первым полугодием 2021 года существенный прирост составил в чтении газет и журналов (время на чтение газет увеличилось с 14,4 мин до 21, 79 мин., а время чтения журналов увеличилось с 13, 6 мин до 22,36 мин), в других видах медиа произошло снижение за рассматриваемый период**.**

Таблица 26. Среднесуточное потребление медиа в России, мин.

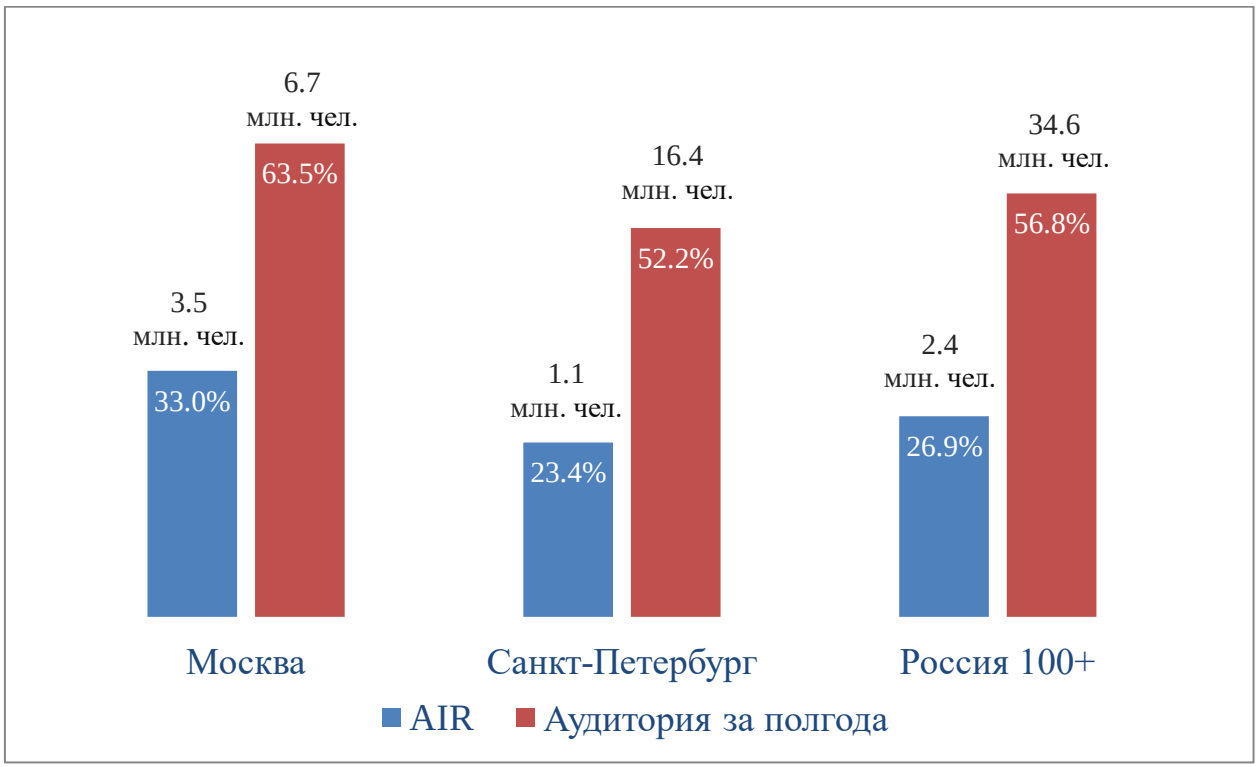
	1-е полугодие 2021	**1-е полугодие 2022**	**Динамика**
	Среднее	**Среднее**	**▲▼**
Время на чтение газет	14,4	21,79	▲
Время на чтение журналов	13,6	22,36	▲
Длительность просмотра ТВ	325,3	318,13	▼
Радио	147,3	140,24	▼
Интернет	474,8	472,24	▼
Всего	975,4	974,76	▼

Источник: Ipsos

По данным исследования Mediascope, совокупный объем аудитории прессы в России за период март-июль 2022 г. составил 34.6 млн. человек, из них в Москве – 6.7 млн, в Санкт-Петербурге – 2.4 млн. Средний объем

аудитории номера (AIR) в целом по России составил 16.4 млн. человек, из них 3.5 млн в Москве, 1.1 млн. – в Санкт-Петербурге.

Рисунок 13. Совокупные объемы аудитории прессы, март-июль 2022 г.



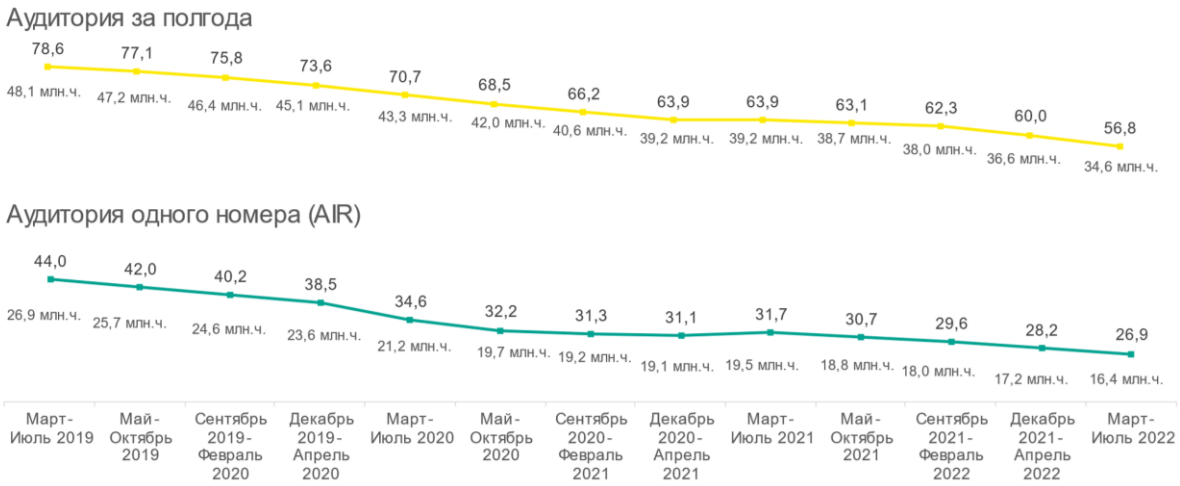
Источник: Mediascope

NRS-Россия, Москва, С.-Петербург. Март - Июль 2022. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет

Продолжается тенденция сокращения аудитории печатных изданий в связи с увеличением потребления цифрового контента. Негативная динамика оттока аудитории сохраняется на протяжении многих лет. Из данных, представленных на рис.14, видно, что рассматриваемый период (март-июль 2022 г.) совокупный объем аудитории печатных СМИ в России сократился на 11.7% (в марте-июле 2021 г. он составлял 39,2 млн, в марте-июле 2022 г. – 34,6 млн) а средний объем аудитории номера на 15.9% по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. (совокупная аудитория 1 номера за март-июль 2021 г. равна 19,5 млн, а в марте-июле 2022 г. составляет 16,4 млн). В Москве за год аудитория печатных изданий снизилась на 9.5% (в марте-июле 2021 г. она составляла 7,4 млн, в марте-июле 2022 г. – 6,7 млн), а средний объем аудитории номера – на 14.6% (март-июль 2021 г. – 4,1 млн, март-июль 2022 г. – 3,5 млн). Наибольшее сокращение наблюдается в Санкт-Петербурге: количество читателей уменьшилось на 22.6%, а аудитория одного номера упала на 35.3%. Как показало исследование, только 52% населения Санкт-Петербурга старше 16 лет обращалось к печатным газетам и журналам за

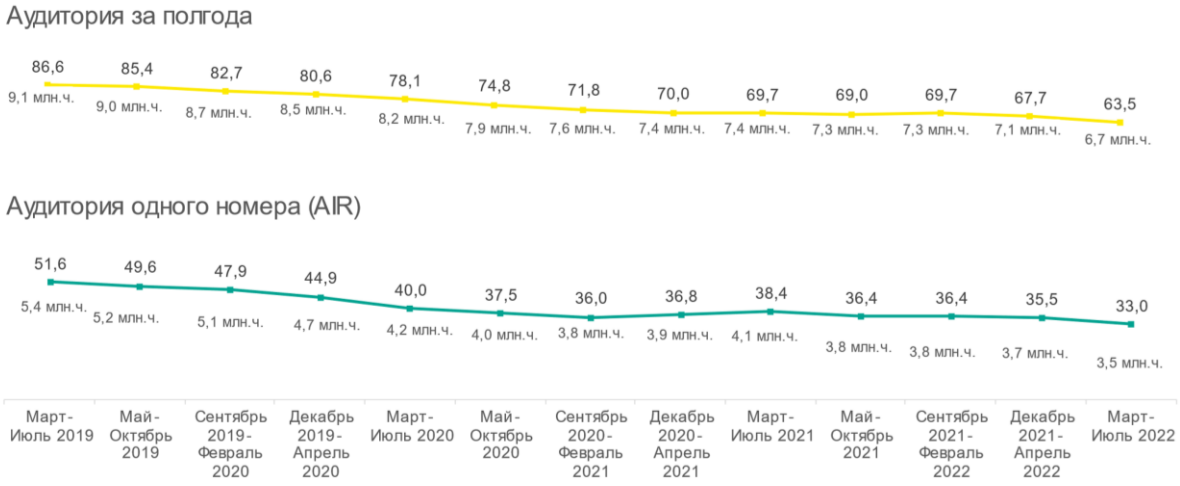
рассматриваемый период, в то время как в Москве этот показатель составил 63.5%, а в целом по России – 56.8%.

Рисунок 14. Динамика аудитории печатных СМИ в России.



Источник: Mediascope NRS-Москва. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

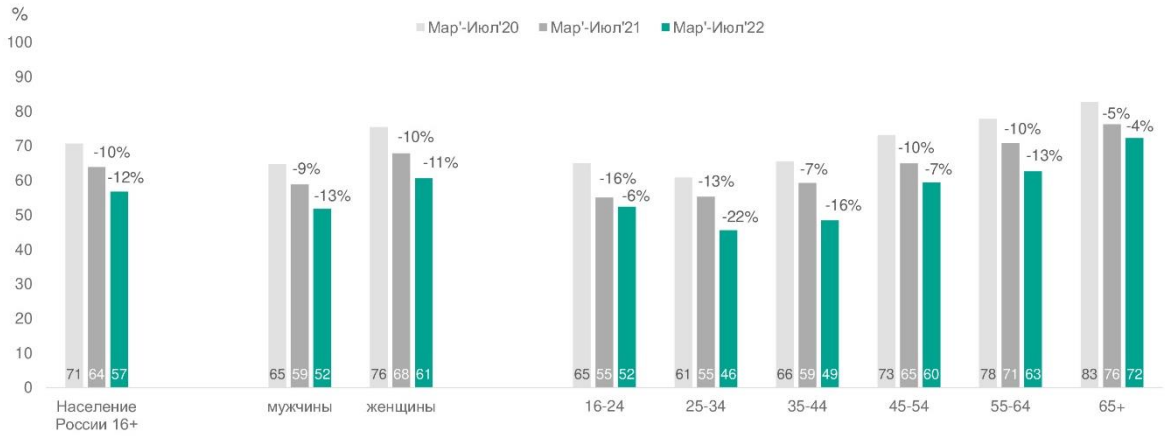
Рисунок 15. Динамика аудитории печатных СМИ в Москве



Источник: Mediascope NRS-Москва. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

Интерес к печатным СМИ со стороны населения снижается во всех возрастных категориях, как среди мужчин, так и среди женщин. Больше всего аудитория сократилась в возрастных группах от 25 до 34 и от 35 до 44 лет – на -22% и -16% соответственно. Самая устойчивая возрастная категория, как и прежде, от 65 лет и старше, но и она постепенно отдает предпочтение цифровым СМИ. За последний год количество читателей печатных изданий среди старшего поколения снизилось на -4%.

Рисунок 16. Динамика аудитории печатных СМИ в России



Источник: Mediascope
NRS-Москва. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода,
аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

При этом структура аудитории печатных изданий, как по роду занятий, так и по уровню дохода, остается относительно стабильной. Доля студентов и учащихся за последние два года сократилась с 5% до 4%. Также сократилась и доля безработных с 10% до 8%. Тогда как самая большая доля аудитории по-прежнему остается за пенсионерами, она увеличилась с 28% до 29%. Структура аудитории печатных изданий за полгода по уровню дохода семьи оставалась стабильной, большую часть аудитории (51%) составляют читатели со средним доходом, доходами выше среднего обладает 34% аудитории, в то время как доходами ниже среднего – лишь 13%.

Абсолютным лидером среди издательских домов России по суммарной аудитории одного номера является издательство IM Media с AIR 14.6%. За ним следуют издательские дома Толока (9.9%), ИД Комсомольская Правда (8.2%), Shkulev Media Holding (6.3%), Аргументы и факты (6.3%).

Таблица 27. ТОП издательских домов России по суммарной аудитории номера, 2022 год.

№	Издательский дом	AIR (тыс. чел.)	AIR%	Кол-во изданий
1	IM Media	8922.9	14.6	16
2	Вечерняя Москва	6031.4	9.9	25
3	ИД Комсомольская Правда	4999.3	8.2	3
4	Толока	3842.1	6.3	1
5	Аргументы и факты	3828.0	6.3	1
6	ИД 'Метро'	2338.6	3.8	2

7	РБК Медиа	1981.1	3.2	3
8	Московский Комсомолец	1032.2	1.7	1
9	Shkulev Media Holding	527.9	0.9	1
10	Российская газета	366.0	0.6	1
11	Спорт-Экспресс	334.8	0.5	1
12	КоммерсантЪ	226.5	0.4	1
13	Известия	101.7	0.2	1
14	Бизнес Ньюс Медиа	64.1	0.6	1

Источник: Mediascope
NRS-Россия. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

В Москве ТОП-10 выглядит аналогично, за одним исключением: второе место в столичном топе занимает газета «Вечерняя Москва».

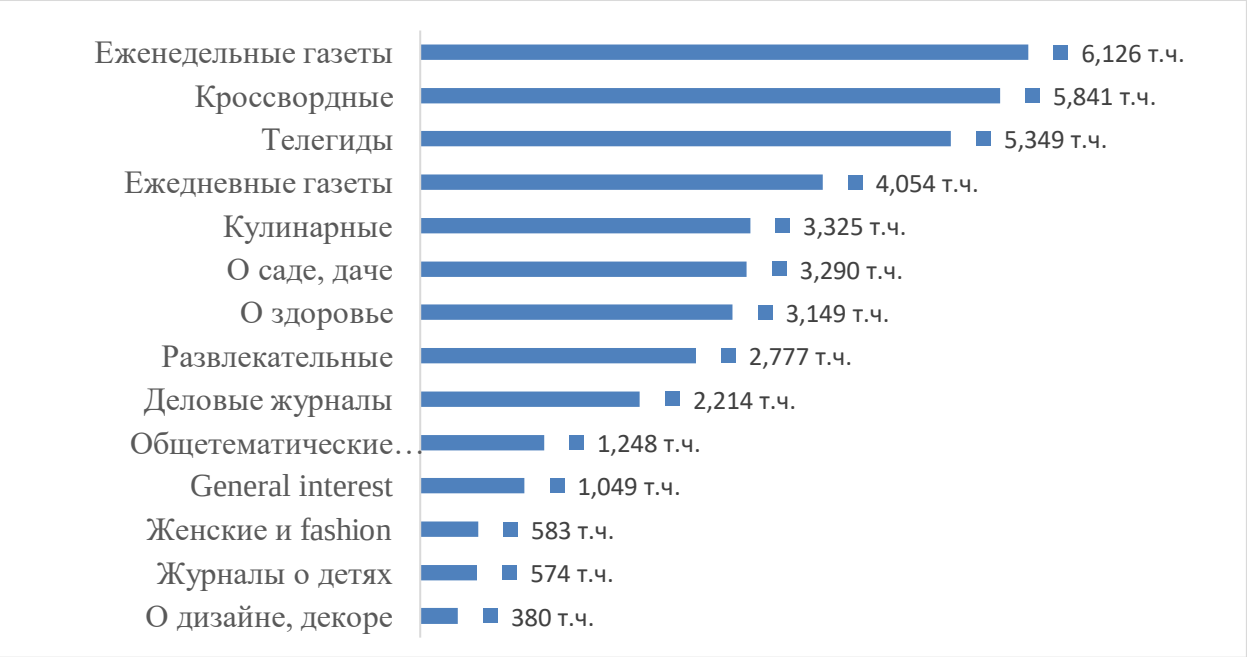
Таблица 28. ТОП издательских домов Москвы по суммарной аудитории номера, 2022 год

№	Издательский дом	AIR (тыс. чел.)	AIR%	Кол-во изданий
1	IM Media	1493.7	14.2	16
2	Вечерняя Москва	1295.6	12.3	2
3	ИД Комсомольская Правда	1023.3	9.7	3
4	Толока	905.0	8.6	25
5	Аргументы и факты	616.0	5.9	1
6	ИД 'Метро'	602.6	5.7	1
7	РБК Медиа	569.3	5.4	2
8	Московский Комсомолец	548.9	5.2	2
9	Shkulev Media Holding	535.0	5.1	1
10	Российская газета	138.5	1.3	1
11	Спорт-Экспресс	94.7	0.9	1
12	КоммерсантЪ	92.7	0.9	1
13	Известия	89.7	0.9	1
14	Бизнес Ньюс Медиа	64.1	0.6	1

Источник: Mediascope
NRS-Москва. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

Еженедельные газеты, кроссворды и телегиды являются самыми популярными видами печатной продукции и составляют 28.4% от объема всей приобретаемой прессы.

Рисунок 17. Наиболее популярные тематики печатных СМИ России по аудитории одного номера, AIR, тыс. чел.



Источник: Mediascope NRS-Россия. 2019-2022 гг. Аудитория за полгода, аудитория одного номера (AIR), млн. чел., % от населения 16+ лет.

У мужчин наиболее популярны журнал РБК, газеты «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», телегиды «Антенна/Телесемь» и «Телепрограмма», сканворды «Тещин язык», «Тещины сканворды», «Тещин язык плюс Зятек», а также издания «Дачный сезон» и «Ваш семейный доктор».

Рисунок 18. ТОП-10 изданий: мужская аудитория



Источник: Mediascope

ТОП изданий у женской аудитории во многом схож. Кроме популярных общественно-политических газет, телегидов и кроссвордов, популярностью пользуются «Тайны звезд», «Женские истории», «Психология и Я», «Наша кухня. Выпечка».

Рисунок 19. ТОП-10: женская аудитория



Несмотря на сохраняющуюся тенденцию оттока читательской аудитории от традиционных СМИ к цифровым, печатная пресса до сих пор остается востребованной. Более половины россиян (56.8%) в возрасте от 16 лет и выше за последние полгода читали печатные издания. Напряженная политическая обстановка, вызванная событиями на Украине, привели к росту интереса к ежедневным изданиям, также устойчивым спросом пользуются общественно-политические еженедельники. По-прежнему востребованы телегиды, кроссвордно-сканвордные издания, недорогие еженедельники в тематических группах «сад и огород», «здоровье» и «кулинария».

Таблица 29. Рейтинг газет с платным распространением по аудитории одного номера, Москва

№	Наименование издания	1-е полугодие 2022	
		тыс. чел.	%
1	РБК (газета)	698	6.6
2	Московский Комсомолец	532	5.0
3	Комсомольская правда (ежедневная)	469	4.4

4	Известия	330	3.1
5	Спорт-Экспресс	304	2.9
6	Ведомости	277	2.6
7	Коммерсантъ	242	2.3
8	Российская газета	102	1.0

Источник: Ipsos

Таблица 30. Рейтинг ежемесячных журналов и журналов, выходящих 1 раз в 2 месяца по аудитории одного номера, Москва

№	Наименование издания	1-е полугодие 2022	
		тыс. чел.	%
1	Вокруг света	429	4.1
2	РБК (журнал)	397	3.8
3	Forbes	355	3.4
4	Караван историй	336	3.2
5	Сканворды Тёщин язык плюс Зятёк	324	3.1
6	Burda	313	3.0
7	За рулем	262	2.5
8	Идеи вашего дома	221	2.1
9	Коллекция Караван историй	207	2.0
10	Дачный сезон	189	1.8
11	Playboy	179	1.7
12	Лиза Добрые советы	168	1.6
13	5 колесо	167	1.6
14	Psychologies	149	1.4
15	Здоровье	144	1.4
16	Сваты. Сканворды	140	1.3

17	Люблю готовить!	133	1.3
18	Esquire	130	1.2
19	Наша кухня. Выпечка	127	1.2
20	Marie Claire	110	1.0

Источник: Ipsos

Таблица 31. Рейтинг еженедельных журналов и журналов, выходящих 1 раз в 2 недели по аудитории одного номера, Москва

№	Наименование издания	1-е полугодие 2022	
		тыс. чел.	%
1	7 Дней	933	8.9
2	Антенна-Телесемь	664	6.3
3	Лиза	377	3.6
4	Садовод и огородник	227	2.2
5	Лиза Кроссворды	224	2.1
6	Моя прекрасная дача	194	1.8
7	Авторевю	189	1.8
8	Тайны звезд	183	1.7
9	1000 секретов	173	1.6
10	Женские истории	170	1.6
11	Советский спорт Футбол	165	1.6
12	Тещин язык	144	1.4
13	Дарья	138	1.3
14	Звезды и советы	135	1.3
15	Зятек	114	1.1
16	Разгадай!	106	1.0
17	Лиза Кейворды	85	0.8

18	Пенсионер	82	0.8
19	Домашний журнал	80	0.8
20	Все для женщины	71	0.7

Источник: Ipsos

Анализ объемов рекламы в печатных СМИ.

Структура доходов от рекламы

По данным экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС в 2021 году составил свыше 578 млрд руб., что на 22% больше, чем годом раньше. Это самый большой объем рынка за всю историю страны и наивысшая динамика рынка с 2008 года. При этом рынок значительно вырос не только к кризисному 2020 году, но и к докризисному 2019 году увеличился на 17%. Объем сегмента маркетинговых услуг составил 109.1 млрд руб. С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и технологических посредников, на маркетинговые услуги суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций в 2021 году достиг уровня в 1 трлн руб.

Таблица 32. Структура рекламного рынка России в 2000-2021 гг., %

Год	Телевидение	Радио	Пресса	ООН	Интернет	ИТОГО по медиарынку
2000 г	29%	6%	48%	17%	0%	100%
2001 г	34%	7%	41%	18%	1%	100%
2002 г	41%	7%	34%	18%	1%	100%
2003 г	43%	7%	32%	18%	1%	100%
2004 г	43%	7%	31%	18%	1%	100%
2005 г	43%	6%	28%	20%	2%	100%
2006 г	44%	6%	27%	20%	3%	100%
2007 г	44%	6%	26%	19%	5%	100%
2008 г	46%	5%	25%	19%	6%	100%
2009 г	51,7%	4,9%	19,1%	14,7%	9,6%	100%

2010 г	50,6%	4,7%	17,3%	15,0%	12,3%	100%
2011 г	49,7%	4,6%	15,3%	14,5%	15,9%	100%
2012 г	47,6%	5,0%	13,7%	14,1%	19,6%	100%
2013 г	46,7%	5,2%	11,3%	13,9%	23,0%	100%
2014 г	45,1%	5,0%	9,7%	12,9%	27,3%	100%
2015 г	41,9%	4,7%	7,8%	11,1%	34,4%	100%
2016 г	41,4%	4,5%	6,1%	10,5%	37,4%	100%
2017 г	40,9%	4,1%	4,9%	10,2%	39,8%	100%
2018 г	39,9%	3,6%	3,8%	9,3%	43,3%	100%
2019 г	35,4%	3,2%	3,0%	8,9%	49,4%	100%
2020 г	35,7%	2,4%	1,7%	6,8%	53,4%	100%
2021 г	34,1%	2,4%	1,4%	7,8%	54,3%	100%

Источник: АКАР

Таблица 33. Объем рекламного рынка России в 2000-2021 гг., млрд руб.

	Телевидение	**Радио**	**Пресса**	**ООН**	**Интернет**	**ИТОГО по медиарынку**
2000 г	6,6	1,4	10,9	3,9	0,0	22,8
2001 г	12,4	2,5	14,9	6,5	0,2	36,5
2002 г	24,0	3,8	19,8	10,2	0,3	58,2
2003 г	31,8	5,0	24,0	13,4	0,6	74,8
2004 г	41,5	6,3	29,3	17,4	1,3	95,8
2005 г	55,8	8,0	36,7	26,1	2,4	129,0
2006 г	72,8	10,2	44,9	32,9	4,8	165,7
2007 г	95,9	13,6	55,9	41,7	10,2	217,3
2008 г	117,7	13,1	63,8	47,7	14,9	257,2
2009 г	96,4	9,2	35,6	27,4	17,8	186,4
2010 г	110,8	10,3	38,0	32,8	27,0	218,9
2011 г	131,5	12,1	40,4	38,4	42,2	264,6
2012 г	143,4	15,1	41,2	42,6	59,0	301,3

2013 г	156,2	17,4	37,7	46,4	77,0	334,6
2014 г	159,8	17,9	34,3	45,7	97,0	354,7
2015 г	136,7	15,5	25,3	36,2	112,3	326,0
2016 г	150,8	16,5	22,3	38,3	136,0	364,0
2017 г	170,9	16,9	20,5	42,7	166,3	417,3
2018 г	187,0	16,9	18,0	43,8	203,0	468,7
2019 г	175,0	16,0	15,1	43,8	244,0	493,8
2020 г	169,0	11,2	8,0	32,2	253,0	473,4
2021 г	197,3	14,0	8,2	45,0	313,8	578,3

Источник: АКАР

Объем рынка рекламы в средствах ее распространения в январе-июне 2022 года составил 245-250 млрд руб., что примерно на 6% меньше, чем в соответствующем периоде предыдущего года. Если в 1 квартале в отдельные месяцы некоторые медиасегменты показывали положительную динамику, то 2 квартал стал ярко выраженным кризисным – фактически у всех сегментов сокращение объемов исчислялось двузначными числами, причем у ряда из них падение составляло несколько десятков процентов. Общее сокращение объема медиа рекламного рынка в стране во 2 квартале эксперты АКАР оценили в 16%, регионального рынка – в 19%. Резкие и не всегда до конца понятные изменения в 2022 году в структуре российского рекламного рынка под воздействием кризиса, когда сократился не только спрос (что понятно в условиях кризиса), но и предложение (уход с российского рынка ряда интернет-ресурсов, журналов, поставщиков контента и т. д.), а также имеющееся снижение качества и разнообразия используемых на рынке технологий и сервисов, существенно усложнили процесс оценки объемов рекламного рынка. В ряде случаев, в том числе и из-за ограничения количества и снижения качества источников информации, эксперты серьезно разошлись как в оценке объемов, так и динамики отдельных сегментов рынка.

Для сегмента периодических печатных изданий и издательского бизнеса в целом итоги 2 квартала и полугодия усилили тренд, который начался в 1 квартале. Продолжилось падение в сегменте журнального глянца, которое связано в основном с отзывом лицензий на издание значительного количества – более 50% – крупнейших журналов-рекламоносителей. Издателей очень порадовало, что третья волна измерения «Mediascope» продемонстрировала взрывной рост аудитории печатной прессы, но негативный тренд в доходах от

рекламы был усилен уходом с рынка зарубежных рекламодателей и западных брендов, отобрав во 2 квартале не менее 30 % существовавших ранее рекламных бюджетов.

В настоящее время на рынок выходят новые журнальные бренды, происходит процесс активизации рекламодателей из других стран – Китая, Индии, Турции, новый российский бизнес активно тестирует важные для него газетные и журнальные площадки для самых различных товарных категорий и услуг, но для изменения тренда необходимо время. В то же время пресса и в этот кризис опять смогла продемонстрировать, что ее аудитория, ее читатель сохраняет свою лояльность, платит рублем за возможность доступа к информации в прессе, а также покупает печатные издания об услугах и развлечениях.

Объемы рекламных продаж в печатных СМИ

По итогам 1 полугодия 2022 года объемы доходов печатной прессы снизились на 37%. Такое падение произошло не только из-за сокращения спроса со стороны рекламодателей (как было в другие кризисные периоды), но также из-за закрытия и отзыва лицензий у большого количества изданий, особенно глянцевых журналов. Другими словами, сейчас мы переживаем ситуацию одновременного сокращения и спроса, и предложения рекламы на рынке прессы.

Сокращение спроса на рекламное размещение было продиктовано как уходом крупных зарубежных рекламодателей (с чем наш рынок столкнулся впервые), так и кризисными ожиданиями оставшихся на российском рынке компаний. Уход зарубежных игроков сильнее всего сказался на рынке глянца.

Региональная пресса сокращается более быстрыми темпами, чем центральная, впрочем, такая тенденция наблюдается на рынке печатных СМИ уже несколько лет, да и для кризисного периода в целом характерно более интенсивное снижение доходов именно регионального рынка. В регионах продолжают закрываться издания, а те, что остались, сокращают тиражи, количество выходов и полос. Таким образом, они становятся менее эффективными для местных рекламодателей.

В 1 полугодии 2022 года наблюдалось массовое закрытие изданий и на рынке центральной прессы. Так, например, полностью прекратил работу в России один из крупнейших издательских домов – Conde Nast, последние выпуски журналов Vogue, Tatler, GQ, Glamour и AD были в марте.

Таблица 34. Объем рекламных доходов в печатной прессе, 1 полугодие 2022 г.

Сегмент	Объем рынка, млрд руб.	Динамика, %
Печатные СМИ	**2.40**	**-37%**
центральная пресса	2.05	-32%
региональная пресса	0.35	-55%

Оценка Аналитического центра НСК (на основе данных Mediascope)

Динамика газет и журналов была сопоставимой. Бюджеты рекламных объявлений, размещенных в газетах, сократились на 37%, в журналах – на 36%. Динамика рекламных доходов региональных газет и журналов составила -50% и -65% соответственно. В центральной прессе рекламные бюджеты журналов снизились на 33%, в то время как бюджеты газет – на 28%. В течение 1 полугодия помесячная динамика бюджетов была различной. Лучшим месяцем ожидаемо стал январь, с приростом в 16%. Далее, после начала СВО, ситуация начала стремительно ухудшаться. Каждый месяц обновлялись антирекорды по динамике. В мае и июне падение бюджетов в центральной прессе составило 62-63%.

Таблица 35. Помесячная динамика рекламных бюджетов в центральной прессе, 1 полугодие 2022 г.

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
2022/2021	16%	-2%	-21%	-49%	-63%	-62%
2021/2020	-38%	-29%	-24%	-5%	40%	108%

Оценка Аналитического центра НСК (на основе данных Mediascope)

По данным экспертных оценок АКАР негативная динамика рекламных бюджетов в печатных СМИ продолжилась и в 3 квартале 2022 года.

Таблица 36. Динамика объемов рекламы в прессе в 1-3 квартале 2022

ТИП	Центральная пресса			Региональная пресса			ПРЕССА ВСЕГО:		
	2021	2022	*Динамика, %*	2021	2022	*Динамика, %*	2021	2022	*Динамика, %*
Газеты	***1 320***	***940***	***-29%***	***740***	***360***	***-51%***	***2 060***	***1 300***	***-37%***

Журналы	***3 220***	***1 860***	***-42%***	***370***	***120***	***-68%***	***3 590***	***1 980***	***-45%***
ВСЕГО:	**4 540**	**2 800**	***-38%***	**1 110**	**480**	***-57%***	**5 650**	**3 280**	***-42%***

АКАР

По итогам 9 месяцев 2022 года объемы рекламы в прессе снизились на -42% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Самые большие потери рекламных доходов произошли в региональной прессе: газеты потеряли -51% бюджетов рекламодателей, а журналы -68%. Объемы рекламы в центральной прессе, которая издается в Москве, за три квартала сократились на -38%, рекламные доходы газет сократились на -29%, а журналов на -42%.

Таблица 37.Динамика объемов рекламы в центральной и региональной прессе за 1-3 квартал 2022 года.

Подсегменты	2020			2021			2022			2022/2021		
	1 кв.	1 пол.	1-3 кв.	1 кв.	1 пол.	1-3 кв.	1 кв.	1 пол.	1-3 кв.	1 кв.	1 пол.	1-3 кв.
Центральная, в т.ч.:	**2 150**	**3 300**	**4 470**	**1 530**	**3 020**	**4 540**	**1 410**	**2 050**	**2 800**	**-8%**	**-32%**	**-38%**
Газеты	***600***	***730***	***1 170***	***470***	***750***	***1 320***	***370***	***540***	***940***	***-21%***	***-28%***	***-29%***
Журналы	***1 550***	***2 570***	***3 300***	***1 060***	***2 270***	***3 220***	***1 040***	***1 510***	***1 860***	***-2%***	***-33%***	***-42%***
Региональная в т.ч.:	**580**	**880**	**1 180**	**390**	**770**	**1 110**	**230**	**350**	**480**	**-41%**	**-55%**	**-57%**
Газеты	***410***	***610***	***810***	***290***	***530***	***740***	***175***	***265***	***360***	***-40%***	***-50%***	***-51%***
Журналы	***170***	***270***	***370***	***100***	***240***	***370***	***55***	***85***	***120***	***-45%***	***-65%***	***-68%***
Итого, в т.ч.:	**2 730**	**4 180**	**5 650**	**1 920**	**3 790**	**5 650**	**1 640**	**2 400**	**3 280**	**-15%**	**-37%**	**-42%**
Газеты	***1 010***	***1 340***	***1 980***	***760***	***1 280***	***2 060***	***545***	***805***	***1 300***	***-28%***	***-37%***	***-37%***
Журналы	***1 720***	***2 840***	***3 670***	***1 160***	***2 510***	***3 590***	***1 095***	***1 595***	***1 980***	***-6%***	***-36%***	***-45%***

АКАР

Основные рекламодатели в рекламной выручке печатных СМИ

В 1 полугодии 2022 года во всех крупнейших товарных категориях произошло сокращение рекламных бюджетов. Из Топ-10 лучшая динамика наблюдалась в категории «Досуг, развлечения, спорт» (-1%).

Таблица 38. Крупнейшие товарные категории в центральной печатной прессе, 1 полугодие 2021-2022 гг.

Товарная категория	Объёмы рекламных бюджетов, млн руб.			Доля, %		
	1 пол. 2021 г.	1 пол. 2022 г.	Динамика, %	1 пол. 2021 г.	1 пол. 2022 г.	Динамика
Медицина и фармацевтика	425	386	-9%	14.1%	18.8%	4.8 п.п
Одежда, обувь, аксессуары	456	282	-38%	15.1%	13.7%	-1.4 п.п.
Часы, украшения, ювелирные изделия	389	261	-33%	12.9%	12.7%	-0.1 п.п.
Парфюмерия и косметика	309	177	-43%	10.2%	8.6%	-1.6 п.п.
Медиа	196	169	-14%	6.5%	8.3%	1.8 п.п.
Интернет-торговля	170	120	-29%	5.6%	5.8%	0.2 п.п.
Торговые организации	92	79	-14%	3.1%	3.9%	0.8 п.п.
Досуг, развлечения, спорт	63	62	-1%	2.1%	3.0%	1.0 п.п.
Недвижимость	87	58	-33%	2.9%	2.8%	0.0 п.п.
Туризм и отдых	84	58	-31%	2.8%	2.8%	0.0 п.п.
Итого ТОП 10	2 271	1 652	**-27%**	**75.2%**	**80.6%**	**5.4** п.п.
Прочие	749	398	-47%	24.8%	19.4%	-5.4 п.п.

Оценка Аналитического центра НСК (на основе данных Mediascope)

Категориями с наибольшими рекламными бюджетами продолжают оставаться «Медицина и фармацевтика» (доля 19%), «Одежда, обувь, аксессуары» (14%), «Часы, украшения, ювелирные изделия» (13%), «Парфюмерия и косметика» (9%). Суммарно они обеспечивают 54% рекламных бюджетов в центральной прессе.

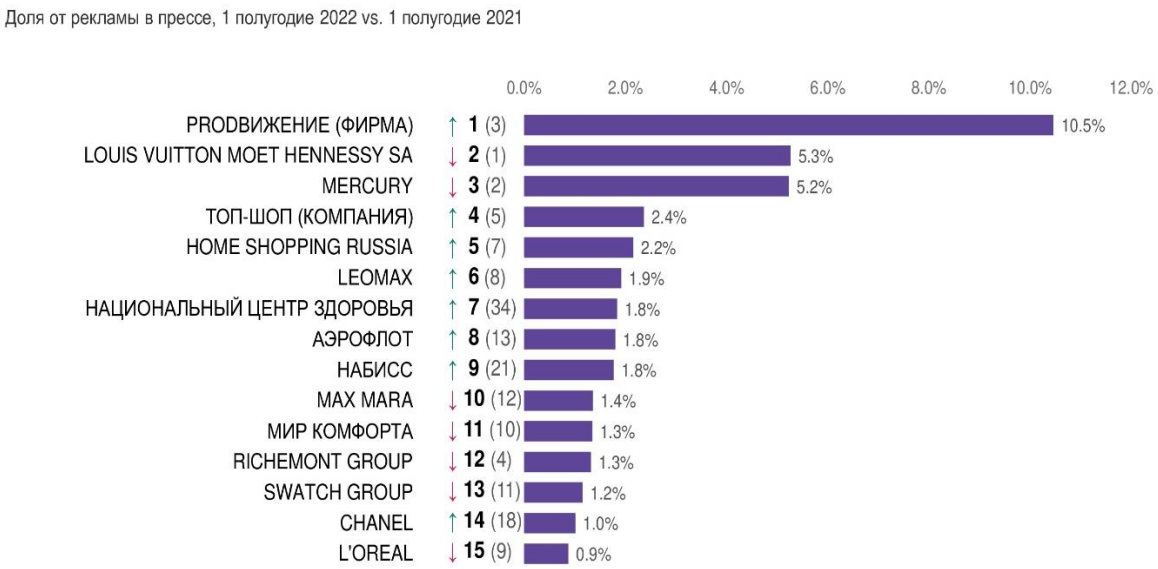
В совокупности бюджеты в 4 крупнейших товарных категориях прессы сократились на 30%. Динамика лидирующей категории «Медицина и фармацевтика» была лучше рынка (-9%), соответственно, в 1 полугодии 2022 года ее позиция в центральной прессе только укрепилась. А вот другие крупные категории «Одежда и обувь», «Часы, украшения, ювелирные

изделия», «Парфюмерия и косметика» сжимались быстрее рынка и теряли долю.

В 1 полугодии 2022 года совокупная доля ТОП-20 рекламодателей составила 38%. В этой группе суммарные бюджеты сократились по сравнению с 1 полугодием 2021 года на 27%. Доля группы «ТОП 21-100» составила 27%, бюджеты упали на 29%. Доля группы «101+» была равна 33%, совокупные бюджеты упали на 39%. Доля группы «Classified» - 2%, бюджеты сократились на 36%. Таким образом, сокращение рекламных бюджетов произошло во всех группах рекламодателей.

Согласно данным исследования Mediascope, самыми крупными рекламодателями в прессе в 1-ом полугодии 2022г были: крупнейший российский дистрибьютор техники для домашнего применения Компания PRODВИЖЕНИЕ, французский производитель предметов роскоши LOUIS VUITTON MOET HENNESSY SA и официальный представитель часовых и ювелирных брендов в России MERCURY.

Рисунок 20. ТОП-15 рекламодателей в прессе.



Источник: Mediascope

В связи с проведением вооруженными силами РФ специальной операции на территории Украины, многие зарубежные страны приняли решение ввести санкции против России, в результате – значительное количество иностранных компаний и брендов заявили об уходе с российского рынка или временной приостановке своей деятельности.

К концу марта 2022 года одиннадцать иностранных компаний, которые входят в топ-30 рекламодателей в России, заявили о приостановке рекламных инвестиций в РФ. Среди них — PepsiCo, Nestle, Mars Russia, McDonald’s,

Procter & Gamble, L’Oreal, Reckitt Benckiser, Ferrero, Coca-Cola, Sanofi Aventis, GSK Consumer Healthcare.

На 1 октября 2022 года свои инвестиции на рекламном рынке России приостановили 159 компаний. С возможностью возврата рынок покинули 498 фирм, количество полностью ушедших игроков составляет 320. Таким образом, на конец июня 2022 года 59% (более 1000) иностранных компаний ушли из России. Особенно свое присутствие сократили чехи (78%), шведы (88%) и британцы (88%). Итальянские и индийские фирмы чаще других принимали решение сократить производство (23%), а австрийские (27%) и чешские (22%) чаще других незначительно снижали свою активность. При этом 80% китайских и 57% индийских компаний продолжили вести бизнес, как обычно.

Больше всего рынок покинули компании в области: НКО (92%), IT (76%), недвижимость (71%), коммуникации (67%), промышленность (57%), финансы (53%), запчасти, бытовые товары длительного использования (63%) и FMCG (50%).

Уход зарубежных рекламодателей оказал существенное влияние на рынок рекламы в прессе. Уже в июне-августе ТОП-15 рекламодателей в прессе кардинально изменился по сравнению с началом этого года. Из рейтинга исчезли зарубежные рекламодатели – LOUIS VUITTON, MERCURY, швейцарский производитель предметов роскоши RICHEMONT GROUP, швейцарский производитель часов SWATCH GROUP, французская компания по производству одежды и предметов роскоши CHANEL, французская компания по производству парфюмерии и косметики L'OREAL и многие другие. А их место в ТОП-15 рекламодателей заняли российские компании: Российский холдинг «Национальный Центр Здоровья», телемагазины «ТВ ТОРГ», «ТОП-ШОП» и ИП Елкин И.Ю., производитель натуральных продуктов для здорового питания «Здоровая семья Сибирь», Правительство Москвы и «Роснефть».

Доля газет и журналов в рекламных продажах

Доходы от рекламы в печатных изданиях в 1 полугодии 2022 г. составили 2.05 млрд руб., что на 32% меньше, чем в 1 полугодии 2021 г.

Таблица 39. Объем рекламных бюджетов в центральной прессе по типам изданий, 1 полугодие 2021-2022 гг.

Тип издания	Объем рынка, млн руб.	Динамика, %

	1 пол. 2021 г.	1 пол. 2022 г.	
Газеты	**750**	**540**	**-28%**
Газеты ежедневные	293	150	-49%
Газеты еженедельные	457	390	-15%
Журналы	**2 270**	**1 510**	**-33%**
Журналы ежемесячные	1 825	1 140	-38%
Журналы еженедельные	445	370	-17%
ИТОГО	**3 020**	**2 050**	**-32%**

Источник: Mediascope

Основной объем рекламы в печатных СМИ приходится на журналы – 74%, газеты обеспечивают 26% рекламных бюджетов. Доля журналов сократилась на 1.5 п.п. по сравнению с 1 полугодием 2021г., в большей степени это произошло за счет ежемесячников – их доля снизилась на 4.8 п.п. и составила 56%; еженедельные журналы занимают 18% рынка, их доля увеличилась на 3.3 п.п. Доля рекламных бюджетов еженедельных газет выросла на 3.9 п.п. и составила 19% по итогам 1 полугодия 2022г., ежедневных газет снизилась на 2.4 п.п., до 7%.

В 1 полугодии 2022г. худшая динамика – со снижением на 49% - наблюдается у ежедневных газет, а лучшая – со снижением на 15% - у еженедельных газет. Рекламные бюджеты ежемесячных журналов сократились на 38%, еженедельных журналов – на 17%.

В 1 полугодии 2022 года ни одна издательская ниша не демонстрировала рост рекламных бюджетов. В лидирующей нише «Женские журналы» сокращение составило 40%. Лучшая динамика среди ТОП 10 – у «ТВ-гидов» (-0.3%).

Таблица 40. Объемы рекламных бюджетов по тематическим категориям печатных СМИ, 1 полугодие 2021-2022 гг.

Тематическая категория	Объем, млн руб.		Динамика, %
	1 п. 2021 г.	1 п. 2022 г.	
Женские журналы	921	551	-40%
Еженедельные газеты (масс.)	439	377	-14%
ТВ-гиды	249	248	-0.3%
Бортовые журналы	190	158	-17%
Кино и знаменитости	235	152	-36%

Ежедневные газеты (кач.)	233	109	-53%
Деловые и общ-полит. журналы	159	104	-35%
Мужские журналы	147	88	-40%
Интерьер, загородный дом	138	66	-52%
Автомобильные	106	61	-42%
ТОП 10	**2 819**	**1 913**	**-32%**
Прочие	*201*	*137*	*-32%*
Общий итог	**3 020**	**2 050**	**-32%**

Оценка Аналитического центра НСК (на основе данных Mediascope)

В трех лидирующих группах – женских журналах, массовых еженедельных газетах и ТВ-гидах – рекламные бюджеты в совокупности снизились на 27%, на них приходится более 57% рекламных бюджетов прессы.

Нужно отметить, что общие цифры по полугодии мало отражают текущее, к сожалению, неутешительное положение вещей на рекламном рынке прессы. Динамика первого квартала была относительно неплохой, поскольку далеко не все игроки успели отреагировать на развивающуюся политическую ситуацию (например, мартовские номера многих ежемесячных журналов были напечатаны еще до начала СВО). Для понимания текущих обстоятельств и прогнозирования ситуации до конца года более корректно опираться на картину второго квартала.

Таблица 41. Объем рекламных доходов в печатной прессе в 1 и 2 кварталах 2021-2022 гг.

	2021		2022		2022/2021	
	1 кв	**2 кв**	**1 кв**	**2 кв**	**1 кв**	**2 кв**
Газеты	760	520	545	260	-28%	-50%
Журналы	1 160	1 350	1 095	500	-6%	-63%
Общий итог	**1 920**	**1 870**	**1 640**	**760**	**-15%**	**-59%**

Оценка Аналитического центра НСК (на основе данных Mediascope)

Анализ объемов продаж печатных СМИ. Рейтинги объемов продаж по сравнению с прошлыми периодами. ТОП-10 по основным тематикам

Если анализировать динамику покупательских предпочтений по проданным розничным тиражам, то в ТОП-5 у розничных дистрибьюторов находятся тематические группы – женские издания, включая fashion; телегиды; развлекательные издания, включая все типы кроссвордов; информационно-новостные и общественно-политические издания, включая газеты различной периодичности.

Женские издания стабильны по продажам. Доля женских изданий в общих продажах высока и составляет почти 18%. С рынка уходят одни издания, но они успешно заменяются другими издательскими проектами, поэтому тематической группе удается на протяжении последних трех лет быть в ТОП-5 тематик. Доля женских журналов за последних год в общих реализованных тиражах выросла на 1,5%.

ТВ-гиды занимают в продажах дистрибьюторов (в тиражах) почти 12%. Однако суммарные тиражи проданных ТВ-гидов сокращаются, поэтому доля группы ежегодно сокращается. За последние три года (2018-2020 гг.) доля группы в суммарных проданных тиражах сократилась на 0,7%. Обусловлено, это тем, что программы каналов телевидения можно всегда скачать или посмотреть в интернете, чем активно пользуется молодое поколение. Люди среднего возраста ценят телегиды за качественный контент, поэтому спрос в данной категории сокращается не так быстро, как в ряде других тематик.

Развлекательные издания, куда входят все типы кроссвордов, анекдоты и т.п. издания, переместились на третью позицию в рейтинге тематик. В 2020 году в среднем на них приходилось чуть менее 12% проданных тиражей. Несмотря на онлайн-версии кроссвордов, печатные версии до сих пор сохраняют свои позиции. Усиливают позицию группы издания смешанных тематик, например, кроссворды с кулинарными рецептами.

Информационно-новостные издания представлены на рынке преимущественно ежедневными и еженедельными газетами, реже еженедельными и ежемесячными журналами. В 2020 году по суммарным проданным тиражам тематическая группа заняла четвертую позицию. На них приходилось 9,9% продаж печатных периодических изданий в тиражах. Спрос на информационно-новостные издания ежегодно уменьшается. За последние 3 года (2018-2020 гг.) доля группы в общих розничных тиражах сократилась на 0,9%.

Анализируя динамику продаж по тематических группам периодики, можно констатировать, что более устойчивый спрос пока остается в следующих тематических группах: женские издания, развлекательные издания, детские журналы, научно-познавательные (в т. ч. исторические) журналы, издания о здоровье, мужские издания и издания общего интереса.

Наиболее значимо за последние три года выросла доля научно-познавательных изданий, в т. ч. за счет расширения линейки исторических журналов и научно-познавательных журналов для детей.

Рейтинг основных тематических групп, представленных в торговых объектах по распространению периодической печати в Москве, приведен в таблице ниже.

Наибольшее падение спроса за последние три года зафиксировано по автомобильным изданиям, доля группы сократилась за последние 3 года на 1,6% в суммарных проданных тиражах. Достаточно высокие потери по тиражам несет группа информационно-новостных и общественно-политических изданий, доля за три года сократилась на 0,9%.

Основные проблемы московского рынка печатных СМИ, возможные пути их решения

В отношении ситуации на рекламном рынке большинство экспертов в настоящее время отказались делать прогнозы, ввиду возможности планирования деятельности организаций только на очень краткий срок, не больше месяца. Но очевидно, что на деятельности рекламного рынка уже сказываются вводимые санкции.

В социальных сетях и на новостных ресурсах уже начались переносы и остановки рекламных кампаний. Компании будут «жить по сдержанному сценарию», в ближайшее время могут быть заморожены инвестиционные проекты, сделки M&A. В зависимости от текущей ситуации, рынок будет вынужден переориентироваться, и пока неизвестно, реклама и продвижение каких товаров останутся актуальными. Ожидается серьезное снижение доли крупных иностранных рекламодателей на рекламном рынке.

Отмечается существенный риск снижения доходов от размещения рекламы. В связи с неопределенной ситуацией на рынках:

- уход зарубежных рекламодателей;
- снижение рекламных бюджетов компаний топливо-энергетического сектора, металлургов (санкции);
- финансовый сектор почти полностью отказывается от размещения рекламы.

По состоянию на сегодняшний день отмечается отказ по запланированным рекламным кампаниям и публикациям на ближайшее время.

Это дает основание предполагать, что полностью откажутся от проведения рекламы рекламодатели таких сегментов как:

- ✓ Фармацевтика и медицинские услуги
- ✓ Развлекательные услуги (кинопрокат, производители игр и другие)
- ✓ Строительные услуги

- ✓ Одежда и обувь
- ✓ Производители автомобилей (кроме китайских и корейских компаний)

Снизят свои рекламные бюджеты в 2-4 раза рекламодатели следующих сегментов:

- ✓ Недвижимость
- ✓ Развлекательные услуги (выставки, концерты и другие)
- ✓ Туризм
- ✓ Продукты питания

Проведут несущественное сокращение своих бюджетов (5-10%) или не будут их сокращать рекламодатели таких сегментов как:

- ✓ Государственные учреждения
- ✓ Финансы
- ✓ Образовательные услуги и услуги по подбору персонала

АКАР сформировала предложения о внедрении различных льгот и субсидий для поддержки рекламной отрасли. Среди них:

- льготное кредитование;
- особые условия заключения государственных контрактов;
- освобождение рекламных агентств от уплаты налога на прибыль;
- временное снижение ставки страховых взносов на заработную плату на 15%;
- снижение НДФЛ на 5%, снижение налоговой базы по объектам имущества и другие.

Кроме того, в этом году отрасль (ОКВЭД 73 – Реклама и исследование конъюнктуры рынка) включена в утверждённый правительством России перечень отраслей, представители малого и среднего бизнеса которых в 2022 году смогут воспользоваться кредитными каникулами.

В отношении мер поддержки издателей, связанных с рекламой в сегодняшней ситуации СППИ (ГИПП) направил в Минцифры следующие предложения:

1. Принять максимально возможные меры для либерализации рекламного рынка, в частности – для снятия ограничений на рекламу алкогольной продукции любого вида и пива, установленные подп.1) п.2 ст. 21 Закона РФ «О рекламе» в печатных и сетевых СМИ, на запрет в части рекламы лекарственных препаратов, отпускаемых по рецептам, установленный п. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе» для печатных в печатных и сетевых СМИ, на рекламу в печатных и сетевых СМИ курительных принадлежностей

(электронных сигарет, гаджетов, не причиняющих существенного вреда здоровью), установленного п. 8 ст. 7 Закона РФ «О рекламе».

2. Дополнить перечень п.2.2. ст. 27 Закона РФ «О рекламе», в котором речь идет о размещение рекламы основанных на риске игр, пари, печатными средствами массовой информации, не специализирующимися на сообщениях рекламного характера.
3. Разработать в рамках федеральной и региональных программ поддержки предпринимательства на федеральном и региональном уровнях программу целевого субсидирования затрат на рекламу для субъектов малого предпринимательства в местных печатных и электронных средствах массовой информации. Принятие подобных программы позволило бы добиться мультипликативного эффекта – помочь малому бизнесу и создать серьезные предпосылки для поддержания потребительского спроса, а также поддержать городские, районные и региональные СМИ.

В связи со сложившейся ситуацией предлагаются следующие пути развития отрасли распространения печатных СМИ:

1. Установить запрет производителям и поставщикам на повышение цен на все виды бумаги для печати газет, журналов, книг и другой печатной продукции на федеральном уровне.
2. Наладить разработку отечественных аналогов импортных материалов для полиграфической отрасли (краска, пластины/формы, химия, переплетные материалы, клей, запчасти для оборудования и т.д.) на федеральном уровне.
3. Проработать установление отдельной (пониженной) ставки по экологическому сбору для полиграфических предприятия и издателей печатных СМИ на федеральном уровне.
4. Проработать включение субъектов отрасли СМИ в список креативных индустрий для получения льгот по налогообложению на федеральном уровне.

Оценка адаптации операторов московского рынка печатных СМИ к изменениям на рынке

Главная особенность 2022 года состоит в том, что государственная поддержка индустрии печатных СМИ России как одной из самых пострадавших от западных санкций, приобрела исключительное значение для её будущего. Что касается господдержки собственно печатных СМИ, то её кратко можно охарактеризовать так: дополнительные меры государственной поддержки этой индустрии, введённые в период пандемии и действующие в

течение 2020-2021 годов, к 2022 году преимущественно перестали работать, а новые, как компенсация за потери от антироссийских санкций, по большому счёту, не появились.

К сожалению, жизнь российских печатных СМИ в 2022 году существенно осложнилась, виной чему стали западные санкции, особенно в части полиграфического производства изданий, но не только в этом. Возникли проблемы с программным обеспечением вёрстки газет и журналов, передачи изданий в типографии, ряд других.

На фоне санкций в России возник острый дефицит мелованной бумаги, которую используют для журналов и книг с цветными иллюстрациями.

Отечественная мелованная бумага есть, но её мало на рынке. К тому же стоимость мелованной бумаги сразу взлетела в цене на 30%.

В марте 2022 года также было зафиксировано снижение числа переходов на площадки ведущих российских СМИ с каналов, подконтрольных крупным технологическим компаниям. В первую очередь речь идёт о поисковой системе Google и сервисе рекомендаций по контенту Google Discover, которые показывают падение трафика у многих отечественных медиа. Проблем подкинул и российский рекомендательный сервис «Дзен»: из-за изменения алгоритма подбора новостей у изданий заметно сократился охват аудитории.

На данный момент практически все ведущие медиа, которые имеют открытую статистику (Lenta.ru, «РИА Новости», ТАСС, «Коммерсантъ», РБК, «Ведомости» и другие), наблюдают даже рост посещаемости. Одним из наиболее успешных в этом отношении СМИ стал телеканал «Звезда». С конца февраля, после начала спецоперации в Донбассе, он нарастил охват аудитории со 160 тысяч до 800 тысяч человек ежедневно. Ощутил потери лишь Пятый канал, численность аудитории которого сократилась вдвое – с 1 миллиона до 500 тысяч человек.

Лидерами по посещаемости среди интернет-изданий являются «РИА Новости», Lenta.ru и другие. Как свидетельствует статистика, именно их в наибольшей степени коснулась проблема падения трафика, получаемого за счёт сервисов технологических компаний.

Это стало следствием политики компании Google, которая в начале марта заявила, что «значительно ограничивает глобальные рекомендации для ряда российских государственных СМИ на своих сервисах».

Для некоторых СМИ негативный эффект от санкций Google длился недолго. Например, у РБК с 1 по 3 марта количество просмотров упало с почти 5 млн до 1 млн, а к 7 марта достигало лишь 300 тыс. Но уже 8 марта сервис Google вновь стал рекомендовать контент РБК своим пользователям, и на сегодняшний день этот канал приносит изданию 3,5 млн просмотров.

Трафик стал получать и «Коммерсантъ»: если до 24 февраля рекомендации новостей от Google ежедневно приносили изданию по 10–20 тыс. просмотров, то с начала марта стабильно фиксируется более чем 700 тыс. просмотров. Аналогичная ситуация складывается и у «Ведомостей». У «Октагона», несмотря на введённые в отношении российских СМИ ограничения, трафик продолжает расти.

Согласно данным Liveinternet, у издания Lenta.ru количество посещений, которые обеспечивал «Дзен», снизилось с 400 тыс. до 160 тыс. с начала изменения алгоритмов. У «РИА Новости» – с 700 тыс. до 500 тыс., у «Ведомостей» – с 200 тыс. до 20 тыс. При этом поисковый трафик от «Яндекса» для большинства ведущих СМИ пока остаётся неизменным и является одним из основных каналов.

Оценка мер государственной поддержки и регулирования

Пандемия COVID-19 и режим антироссийских санкций, применяемый недружественными странами после начала специальной военной операции на Украине, нанесли серьезный удар индустрии печатных медиа, в результате которого сократилось количество выходящих в свет изданий, снизились рекламные поступления и тиражи. В этих условиях Союз предприятий печатной индустрии (ГИПП) сформулировал 25 конкретных инициатив, обращенных к профильным федеральным министерствам, ведомствам и органам региональной власти. Они преследуют цель сохранить печатные СМИ, как серьезного работодателя, мощный интеллектуальный ресурс и важный инструмент обеспечения информационной безопасности страны.

Предложения по срочным мерам поддержки медиаотрасли в условиях применения санкций против России и возникающих проблем на рынке печатных СМИ касались всех областей печатной индустрии:

Полиграфия, бумага, ценообразование

– Установить льготы по кредитам для полиграфических предприятий в размере 3% годовых для изготовления печатной продукции.

– Установить мораторий и государственный контроль на год до 01 апреля 2023 г. на увеличение цен на бумагу и типографские – полиграфические услуги.

– С 1 апреля т.г. в связи с чрезвычайными обстоятельствами «заморозить» рост цен на бумагу российского производства для производства газетно-журнальной продукции.

– На импортируемые бумагу, в частности мелованные сорта и материалы - пластины и химические продукты, - которые не производятся в России, установить нулевую таможенную пошлину.

– Ограничить объем экспорта вывозимой за границу бумажной продукции для большего насыщения данным товаров внутреннего рынка.

– Обнулить ввозные пошлины на оборудование, материалы для газетной и журнальной полиграфии (ГЖП) или начать серьезно поддерживать предприятия отрасли за счет госбюджета.

– Ускорить работу по сокращению импортозависимости полиграфической отрасли, в частности, начать работу по разработке технологии производства цветных газетных красок, затем подготовить и начать производство этих красок в Смоленске на лакокрасочном заводе с участием специалистов из г. Торжок (имеющих опыт подобной работы во времена СССР).

Редакционные системы управления контентом (CMS). Полиграфический софт. Серверное оборудование

– В связи с рисками отзыва лицензий ПО Microsoft, а также отказа иностранных поставщиков в продлении лицензий на редакционные системы управления контентом (верстка \ допечатная подготовка \ сайт) и системами управления печатными процессами в газетно-журнальных типографиях (что чревато потенциальной остановкой выпуска печатных и онлайновых СМИ) предполагаются следующие варианты решений:

• взлом программ и генерация ключа на лицензию;

• срочный переход на редакционные системы несанкционных поставщиков.

– В связи с рисками прекращения поставок серверного оборудования/отказа от сервисной поддержки (чревато остановкой работы серверов) предполагаются такие варианты решений, как закупка серверов Huawei, Yadro (российский бренд) – потребует доп. финансирования.

– Оказать беспроцентные льготные кредиты на лизинг программного обеспечения серверов и пользовательских машин для медиа отрасли в целях обновления основных средств ведение работы.

Налоги, пошлины, сборы и кредиты

– Установить 15%-ую ставку страховых взносов, превышающую МРОТ для всех предприятий печатной индустрии без ограничения количества сотрудников или вхождения в Реестр малого и среднего предпринимательства.

– Отменить или радикально пересмотреть параметры экологического сбора для издателей печатных СМИ.

– Освободить предприятия печатной индустрии (издатели, распространители, полиграфисты) от налога на прибыль по итогам 2022 года.

– Предоставить всем предприятиям печатной индустрии (издателям, распространителям, полиграфистам) возможность субсидируемого кредитования на пополнение оборотных средств и иные цели, либо предоставление субсидируемых невозвратных кредитов в объеме 3-х месячного ФОТ в рамках кредитной программы «ФОТ 3.0» в целях пополнения оборотных средств и сохранения рабочих мест.

– Предусмотреть оказание грантовой и субсидиарной поддержки российским производителям периодических изданий для детей и юношества, использующим отечественные анимационные и литературные образы.

Реклама в издательском бизнесе

– Принять максимально возможные меры для либерализации рекламного рынка, в частности – для снятия ограничений на рекламу алкогольной продукции любого вида и пива, установленные подп.1) п.2 ст. 21 Закона РФ «О рекламе» в печатных и сетевых СМИ, на запрет в части рекламы лекарственных препаратов, отпускаемых по рецептам, установленный п. 8 ст. 24 ФЗ «О рекламе» для печатных в печатных и сетевых СМИ, на рекламу в печатных и сетевых СМИ курительных принадлежностей (электронных сигарет, гаджетов, не причиняющих существенного вреда здоровью), установленного п. 8 ст. 7 Закона РФ «О рекламе».

– Дополнить перечень п. 2.2. ст. 27 Закона РФ «О рекламе», в котором речь идет о размещение рекламы основанных на риске игр, пари, «печатными средствами массовой информации, не специализирующимися на сообщениях рекламного характера».

Распространение прессы

– Снять существующие в субъектах РФ ограничения на ассортимент товаров и услуг в НТО «Печать», предоставить киоскам и павильонам прессы самостоятельно формировать свой ассортимент по примеру ряда регионов страны – Кабардино-Балкарская Республика, Новосибирская область, Чеченская Республика и др., определив, что в торговых объектах прессы печатная продукция может составлять не менее 50% от общего количества реализуемых в НТО товаров и услуг.

– Рекомендовать на федеральном уровне для регионов значительно снизить арендные ставки для киосков и павильонов «Печать».

– Рекомендовать субъектам РФ устанавливать нулевую или максимально льготную арендную ставку для размещения киосков и павильонов прессы в случае их размещения на муниципальной земле (по опыту Ленинградской области).

– Рекомендовать торговым сетям (ритейл, магазины самообслуживания) обеспечить наличие печатной продукции в своём ассортименте.

– Обеспечить государственные субсидии на доставку подписных изданий гражданам и прежде всего социально уязвимым слоям населения, многодетным семьям, ветеранам, инвалидам и др.

– На всей территории РФ не проводить аукционы на право размещения объектов прессы, а проводить исключительно конкурсы на право торговли на 5 -7 лет с последующей пролонгацией в случае отсутствия серьезных нарушений в работе объекта.

– Обязать «Почту России» сохранить подписные тарифы на нынешнем уровне с целью поддержания подписки.

– Вывести подписку на периодические печатные издания из-под действия Федерального закона № 223-ФЗ добавив в 223-ФЗ в Часть 4 ст. 1 следующее исключение: «закупкой периодической печатной продукции для распространения по подписке».

Согласно распоряжению Председателя Правительства РФ от 19 мая 2022 года №1235-р на кредитную поддержку системообразующих организаций медиаотрасли выделено 3,5 млрд руб. из средств резервного фонда, но через банки, аккредитованные для льготного кредитования. Поддержку в 2022 году получат 57 предприятий:

– медиахолдинги;

– крупные телеканалы и радиосети;

– издательства и полиграфические предприятия;

– операторы наружной рекламы;

– организации, технологически обеспечивающие функционирование медиаиндустрии.

«Эта мера позволит привлечь в медиаотрасль до 39 млрд рублей внебюджетных средств на льготных условиях, и даст возможность поддержать системообразующие медиакомпании в текущих непростых условиях, сохранить рабочие места, избежать кассовых разрывов и стимулировать экономическую активность в медиаотрасли», прокомментировала данное решение замглавы Минцифры России Б.М. Черкесова.

В перечень системообразующих организаций медиаотрасли входит 57 предприятий, в том числе:

– крупнейшие медиахолдинги, телеканалы, которых осуществляют вещание на всей территории РФ, и радиоканалы в 40 субъектах РФ;

– издательства, объем тиражей которых превышает 40 млн экземпляров в год;

– издательства, специализирующиеся на выпуске детско-юношеской литературы;

– полиграфические предприятия, производящие не менее 1 млрд листов оттисков ежегодно;

– организации, технологически обеспечивающие функционирование медиаиндустрии.

Ранее некоторые из них смогли высвободить часть средств для сохранения занятости благодаря отсрочке на год выплаты страховых взносов за II квартал 2022 года. Такая мера была предусмотрена Правительством РФ для ряда отраслей, принадлежность которых к системообразующим организаций определяется по основному коду экономической деятельности (ОКВЭД). Издатели печатных СМИ и некоторые электронные ресурсы смогли воспользоваться аналогичной отсрочкой и за III квартал.

В июне 2022 года председатель Правительства РФ М.В. Мишустин поручил создать в России индустриальные центры компетенций для импортозамещения цифровых решений в ключевых отраслях экономики. Правительство РФ сформировало 35 индустриальных центров компетенций (ИЦК) по замещению зарубежных отраслевых цифровых продуктов и решений. Пресс-служба вице-премьера при этом уточнила, что председателями 16 отраслевых комитетов являются заместители министров профильных федеральных органов исполнительной власти. К разработке отечественного ПО под потребности российских предприятий вендоры приступили в октябре 2022 года.

В середине июля текущего года Президент России Федерации В.В. Путин подписал закон о поправках в Налоговый кодекс Российской Федерации, который подготовило Минцифры России совместно с Минфином России. Закон расширил льготы для IT-компаний. Основные его новации таковы:

1. Налог на прибыль установлен на уровне 0% до 31 декабря 2024.
2. Страховые взносы – 7,6%.
3. Расширился перечень компаний, которые могут пользоваться налогом на прибыль в 0% и тарифами страховых взносов в 7,6%.
4. Количественный критерий по доле IT-выручки, который позволяет получить налоговые льготы, снизился с 90% до 70%.
5. Критерий по количеству сотрудников организаций (минимум 7 человек) для получения льгот исключен.

6. Перечень видов ИТ-деятельности, доходы от которой учитываются в IT-выручке и позволяют компании получать льготы, расширен. Например, услуги по внедрению российских продуктов теперь будут относиться к профильной выручке.

7. Поставщики, которые предоставляют Saas-решения через закрытые сети, также смогут получить льготы.

Все эти новации вступили в силу с 1 января 2022 года, учитывая, что законодательные акты о налогах и сборах могут иметь обратную силу, если они улучшают положение налогоплательщиков.

Льготы распространились на компании, получающие доходы от:

- услуг по доработке, внедрению и поддержке любого российского ПО;
- продажи онлайн рекламы на своих платформах;
- размещения объявлений на классифайдах;
- предоставления платного доступа к контенту (фильмам и музыке), в том числе по подписке;
- оказания образовательных услуг с использованием онлайн платформ;
- разработки и продажи российских программно-аппаратных комплексов.

Поддержку предприятиям печатной индустрии призван оказать реализуемый в настоящее время в России национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (НП МСП). В рамках проекта осуществляется перечень кредитно-гарантийных мер поддержки субъектов МСП, в том числе программа льготного кредитования, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2018 г. № 1764 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и специализированным финансовым обществам в целях возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2019 - 2024 годах субъектам малого и среднего предпринимательства, а также физическим лицам, применяющим специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход», по льготной ставке», позволяющая субъектам МСП заключить кредитный договор на инвестиционные цели, пополнение оборотных средств, развитие предпринимательской деятельности или рефинансирование по льготной ставке (далее – Программа № 1764).

Постановлением Правительства Российской Федерации от 23 марта 2022 г. N 441 внесены изменения в Программу №1764, направленные на

нивелирование последствий, вызванных ограничительными мерами в отношении Российской Федерации, в рамках которых предусматриваются расширение доступа субъектам МСП к кредитам по льготной ставке, а также предоставление отсрочки по кредитам, заключенным до 1 марта 2022 г., на срок не более 6 месяцев.

Так, в соответствии с изменениями Программы №1764 ставка для конечного заемщика установлена на уровне 13,5 % для средних предприятий и 15 % для малых предприятий и не зависит от ключевой ставки Банка России. Указанные ставки субсидирования установлены с учетом баланса интересов кредиторов и заемщиков.

В 2022-2024 гг. Законом о бюджете на указанные цели предусмотрено выделение бюджетных ассигнований в размере 114,66 млрд. рублей, в том числе на 2022 г. – 35,96 млрд. рублей, на 2023 г. – 34,47 млрд. рублей, на 2024 г. – 44,23 млрд. рублей.

Кроме того, согласно распоряжению Правительства Российской Федерации от 18 марта 2022 г. № 535-р Минэкономразвития России на 2022 г. в целях обеспечения предоставления субсидий в рамках Программы № 1764 из резервного фонда Правительства Российской Федерации выделены бюджетные ассигнования в объеме до 14,3 млрд рублей.

Советом директоров Банка России 5 марта 2022 г. принято решение о создании временного специализированного механизма предоставления ликвидности, направленного на поддержку кредитования субъектов МСП в текущих экономических условиях. В рамках указанного механизма кредитные организации получают фондирование Банка России под 9,5 % годовых для предоставления кредитов субъектам МСП по льготным ставкам – не более 15 % для малых предприятий и не более 13,5 % для средних предприятий. Фондирование Банком России осуществляется по двум программам: прямое фондирование без обеспечения с лимитом 340 млрд рублей сроком на 365 дней, и фондирование по программе стимулирования кредитования субъектов МСП, реализуемой совместно с АО «Корпорация «МСП» с лимитом 335 млрд рублей, сроком до трех лет.

Перечень кредитно-гарантийных мер поддержки субъектов МСП включает гарантии АО «Корпорация «МСП» по кредитам субъектов МСП в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 25 декабря 2019 г. N 1820 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета акционерному обществу «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», г. Москва, в целях исполнения обязательств по гарантиям и поручительствам, предоставленным

в целях обеспечения исполнения обязательств субъектов малого и среднего предпринимательства по кредитным договорам».

АО «Корпорация «МСП» предоставляются независимые гарантии и «зонтичные» поручительства субъектам МСП для обеспечения кредитования (выдачи займов) на инвестиционные цели, пополнение оборотных средств и рефинансирование кредитов при недостаточности налогового обеспечения. АО «Корпорация «МСП» выступает гарантом исполнения субъектами МСП своих кредитных и заемных обязательств и разделяет с финансовыми организациями риски, связанные с ухудшением финансового состояния заемщика и его неспособностью надлежащим образом обслуживать кредит.

В 2022—2024 гг. Законом о бюджете на указанные цели предусмотрено выделение бюджетных ассигнований в размере 9,36 млрд. рублей, в том числе на 2022 г. – 2,74 млрд. рублей, на 2023 г. – 3,00 млрд. рублей, на 2024 г. — 3,62 млрд. рублей. Также из резервного фонда Правительства Российской Федерации Минэкономразвития России на 2022 г. выделены бюджетные ассигнования в размере 9 млрд рублей, направленные на обеспечение гарантиями АО «Корпорация «МСП» кредитов Банка России.

В части кредитов, предоставленных по льготной ставке в размере 3 % в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 27 февраля 2021 г. № 279 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2021 году юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на восстановление предпринимательской деятельности» (ФОТ 3.0), в рамках реализации дополнительного перечня мер в План первоочередных действий по обеспечению развития российской экономики в условиях внешнего санкционного давления, одобренного на заседании президиума Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций от 30 марта 2022 года, принято постановление Правительства Российской Федерации от 7 апреля 2022 г. № 61 I «О внесении изменений в Правила предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2021 году юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на восстановление предпринимательской деятельности», предусматривающее предоставление отсрочки по оплате процентов и основного долга по кредиту на 6 месяцев.

В целях обеспечения реализации указанной меры планируется выделение Минэкономразвития России в 2022 г. бюджетных ассигнований из

резервного фонда Правительства Российской Федерации в объеме до 1 млрд рублей.

В настоящее время в рамках реализации пункта 1.5 Плана первоочередных действий по обеспечению развития российской экономики в условиях внешнего санкционного давления (одобрен Президиумом Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций 15 марта 2022 г.) Минэкономразвития России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти осуществляет работу по подготовке Перечня критического российского импорта, по которому на 6 месяцев предполагается «обнулить» ставки ввозных таможенных пошлин.

Кроме того, согласно пункту 14 части 1 статьи 93 Закона N 44-ФЗ закупка у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) может осуществляться заказчиком в случае закупки печатных изданий или электронных изданий (в том числе используемых в них программно-технических средств и средств защиты информации) определенных авторов у издателей таких изданий в случае, если указанным издателям принадлежат исключительные права или исключительные лицензии на использование таких изданий, а также оказание услуг по предоставлению доступа к таким электронным изданиям для обеспечения деятельности государственных и муниципальных образовательных организаций, государственных и муниципальных библиотек, государственных научных организаций.

Таким образом, заказчик вправе осуществить закупку книжной продукции у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) в том числе в соответствии с пунктами 13, 14 части 1 статьи 93 Закона № 44-ФЗ.

Федеральным законом от 6 декабря 2021 г. N 390-ФЗ «О федеральном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» на цели реализации подраздела «Периодическая печать и издательства» в 2022 г. предусмотрено 5,36 млрд. рублей. В проекте бюджета на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 гг. увеличена статья расходов на госфинансирование СМИ. В пояснительной записке к законопроекту «О федеральном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов» говорится, что в ближайшие три года на финансирование СМИ будет потрачено свыше 335 млрд рублей. При этом в 2023 году эта сумма составит 118 млрд рублей, в 2024-м – 108,7 млрд рублей, а в 2025-м – 109 млрд рублей. Госфинансирование СМИ увеличено на 10,1 млрд рублей, 513,3 млн рублей и 746,2 млн рублей в 2023, 2024 и 2025 годах соответственно.

В Москве приняты меры поддержки для владельцев нестационарных торговых объектов, ставшие частью пакета мер по стабилизации экономики

столицы в условиях санкционного давления. Так, договоры на размещение нестационарных торговых объектов и осуществление торговой деятельности (оказание услуг) в них, срок исполнения обязательств по которым не истек на 5 апреля и завершается не позднее 31 декабря 2022 года, продлеваются до 31 декабря 2023-го без проведения торгов. В 2022 году также отменяется корректировка платы по договорам на коэффициент-дефлятор, ежегодно утверждаемый Минэкономразвития России. По новым договорам, которые планируется заключить до 31 декабря 2022 года, обеспечительный платеж от победителя аукциона не должен будет превышать размера ежемесячной платы. Владельцы нестационарных торговых объектов получат отсрочку по оплате за второй квартал до 31 декабря 2022-го.

Комментарии представителей отрасли

Алексей Иванов: *генеральный директор ИД «ИМ Медиа»:*

Мониторинг состояния рынка печатных СМИ и полиграфии в городе Москве, подготовленный за период с IV кв. 2021 г. по Ш кв. 2022 г., отражает различные аспекты рынка прессы Москвы, дает комплексный анализ процессов, происходящих в издательском деле и полиграфии в период преодоления последствий пандемии коронавируса и жесткой санкционной политики в отношении России со стороны недружественных стран.

Важно, что в данном материале отражен комплекс вопросов, представляющий принципиальное значение для деятельности издателей, дистрибьюторов прессы, полиграфистов, а также и отраслевых общественных организаций.

Одна из самых больших проблем, с которой столкнулись издатели журналов, в том числе и «ИМ Медиа», – это драматический рост цены на мелованную бумагу из-за ухода иностранных поставщиков. В марте-апреле этого года российские производители радикально и, с моей точки зрения, необоснованно подняли цены, что привело к резкому увеличению себестоимости продукции, и поставили некоторых издателей на грань выживания или даже за нее. К счастью, вместе с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и Федеральной антимонопольной службой нам удалось взять ситуацию под контроль и остановить рост цен, хотя к базовым показателям мы так и не вернулись. Чтобы сохранить маржинальность, мы, как и другие издатели, были вынуждены поднять цену на свои газеты и журналы.

Вторая серьезная проблема – это падение рекламного рынка. В связи с уходом западных компаний мы оцениваем выпадающие доходы на уровне от 40 до 70% в зависимости от специфики того или иного издания. Для глянца это более существенный удар, но и масс-маркет тряхнуло очень сильно.

С другой стороны, с конца февраля по апрель было озвучено много потенциальных проблем, которые удалось решить с гораздо меньшими потерями, чем казалось вначале. Например, в марте была настоящая паника на тему отсутствия типографской краски. Издатели уже считали недели до того, как выйдет последний номер. Однако смекалка и опыт наших коллег-полиграфистов помогли решить задачу без какого-то ощутимого ущерба для бизнеса и, как мы все знаем, журналы и газеты продолжают печататься и выходить. Мы в целом настолько привыкли жить в новой парадигме, что проблемы нам уже кажутся не проблемами, а, можно сказать, повседневной реальностью.

Если говорить о динамике продаж тиражей журналов в этом году, то тенденции разнонаправленные. Журналы прикладного характера, с практичными советами и идеями, не вернулись на допандемийный уровень и демонстрируют стагнацию. А журналы с развлекательным контентом, такие как сканворды или чтиво о знаменитостях, показывают вполне приличные результаты.

Сканворды и игровые издания гораздо стабильнее и не так зависят от сезона. Этим летом мы даже наблюдали рост в этих категориях, и это вполне объяснимо с точки зрения банальной психологии: когда вокруг довольно сложная, напряженная общественно-политическая повестка, людям хочется иметь некое окно для расслабления мозга и время для себя. Именно поэтому и растет доля продаж чисто развлекательной прессы.

В отношении рекламных доходов — у нас очень сильно поменялась структура выручки. Раньше это было много больших международных брендов или крупных российских производителей, сейчас мы получаем больше денег от отечественного среднего бизнеса, который размещается в прессе. С другой стороны, неправильно будет утверждать, что большие рекламодатели полностью ушли из принта: и фармацевтические компании, и операторы дистанционной торговли, и другие серьезные рекламодатели, которые очень скрупулезно измеряют ROI, продолжают инвестировать в продвижение своих товаров и услуг в наших журналах, так как именно печатные СМИ позволяют достучаться до их целевой аудитории.

В мониторинге содержится аналитический обзор всего комплекса проблем московского рынка прессы, в нем много актуальной и полезной информации, он может быть использован в практической работе издателями, полиграфистами, распространителями печатных СМИ.

Анжелика Сулхаева: *заместитель генерального директора медиагруппы «Комсомольская правда»:*

Мониторинг состояния рынка печатных СМИ и полиграфии в городе Москве, подготовленный за период с IV кв. 2019 г. по Ш кв. 2020 г., дает очень

важный материал для понимания современных процессов на мировом, российском и столичном рынках печатных СМИ и тенденций их развития.

Мы не ставим крест на принте, более того, с начала пандемии мы выпустили более 100 млн экземпляров газет – речь про специальные выпуски на эту тему по всей стране, а сейчас первыми запустили газеты с максимально важной и полезной информацией для жителей ДНР, ЛНР и других освобожденных территорий и военнослужащих Российской армии и народных милиций республик. Это колоссальный труд и невероятная отдача от аудитории, для которой эти газеты выходят.

В сложные периоды – во время стихийных бедствий (например, после наводнения в Крымске, когда именно через «Комсомолку» президент Владимир Путин обратился к жителям пострадавших территорий), разобщенности пандемии и карантина, во время специальной военной операции – каждый раз мы видим, что именно информация, отпечатанная и поданная максимально привычным для человека образом – на газетных полосах, – воспринимается максимально достоверно, содержит важную и актуальную информацию, которую обсуждают, которой делятся, которую цитируют и, что самое главное, которой доверяют. Серия специальных выпусков для Донбасса и освобожденных территорий выходит с мая еженедельно. И общий тираж каждой такой серии почти 700 тысяч экземпляров, которые волонтеры раздают на этих территориях абсолютно бесплатно. Эти же спецвыпуски распространяются по объектам социальной сферы и штабам, в которых оказывается гуманитарная помощь населению освобожденных территорий.

Понятно, что размещение информации на газетных полосах нужно в 2022 году не всем коммерческим партнерам, но тем не менее со счетов принт мы точно не сбрасываем. Есть рекламодатели, и их немало, которые в пакете информационного сопровождения того или иного спецпроекта обязательно оставляют размещение в принте. Другое дело, что и в газете они хотят видеть нестандартные подходы к оформлению проекта. Инфографика, яркие иллюстрации, максимальная нативность, специальные вкладки, QR-коды с отсылом на лонгрид на сайт – «упаковывать» проект, подружив желания читательской аудитории и рекламодателя, нужно и в газете в том числе. И мы с этим отлично справляемся. Хотя, безусловно, больше всего денег мы зарабатываем сейчас на сайте kp.ru.

Безусловно, все свое будущее мы видим в цифровом пространстве. Именно поэтому наши сайты kp.ru, radiokp.ru, teleprogramma.pro, sportkp.ru занимают лидерские позиции в своих сегментах. Что касается форматов, сейчас мы особенно делаем упор на развитие видео и подкастов. И это опять же обусловлено трендами потребления информации современным жителем

мегаполиса, который все время куда-то бежит, чем-то занят, у него нет возможности долго читать.
В любой кризис у компаний и у людей есть два возможных подхода – видеть трудности или видеть возможности. Начиная с 2008 года медиа только и занимаются тем, что выходят из различных кризисов. И вы знаете, во многом большое спасибо кризисам за то, какие мы сегодня сильные. Уже лет 15 предрекается гибель печатных медиа, которые вытеснит диджитал и т. д. И посмотрите на результат: за это время мы прошли большой эволюционный путь. По мере того как менялось медиапотребление, расширялись форматы контента и платформы его дистрибуции, диверсифицировался и медиабизнес.
При этом принт так и не умер. Но мы уже сегодня не издательский дом, а один из крупнейших коммерческих медиахолдингов, который полностью окупает себя и еще и инвестирует в развитие. В нас не вливают миллиарды господдержки, которая есть у крупнейших информационных агентств сегодня. И тем не менее мы не просто существуем, а остаемся максимально конкурентоспособными, живучими, генерируя живые и креативные идеи, за которыми к нам идут партнеры и рекламодатели.
Мониторинг состояния столичного рынка печатных СМИ и полиграфии будет полезен руководителям издательских домов, главным редакторам для формирования издательской и редакционной политики на предстоящий период.

Елена Шитикова, *главный редактор издательства «Планета»:*

В Мониторинге состояния рынка печатных СМИ и полиграфии в городе Москве много внимания уделено полиграфической отрасли, представленный материал дает полную и объективную картину ее состояния и перспектив развития.
В начале весны из-за отсутствия необходимых химикатов, которые ранее импортировались из Финляндии, возникла проблема с отбеливанием бумаги. Но вскоре система перестроилась, бумага появилась – да, других граммажей и несколько иного качества, но печатать в целом есть на чем. Российских аналогов нет только в сегменте мелованной бумаги – у нас отсутствует такое производство и вряд ли появится в ближайшее время; большие проблемы также с мелованным картоном, но и у него есть аналоги (в России такой картон производит только одна компания, но пока у типографий большие претензии к качеству этого материала). Все остальные сорта бумаги производятся в России. Беда в другом. Как это ни печально, и мы это повторяем не один год, техника из Европы, Северной Америки и Японии составляет около 90% оборудования в российских типографиях. Печатные машины и расходники для полиграфии слабо поддаются импортозамещению.

Технику Россия в основном закупала в Германии (у Heidelberg, KBA, Manroland), Швейцарии (Muller Martini) и Италии (Zechini, Smyth).

Евросоюз же еще в апреле, в рамках очередного пакета санкций, запретил экспорт в Россию оборудования и расходных материалов для полиграфии. В перечень товаров, запрещенных для импорта, вошли краски для печати, немелованная и мелованная бумага, используемая для печати или других графических целей, картон, оборудование и запасные части к нему для производства целлюлозы и отделки бумаги или картона, а также переплетные машины, оборудование для флексографии, офсетной, высокой и глубокой печати.

Запреты вступили в силу в июле, но многие производители останавливали поставки раньше, по собственной инициативе. Китайские же аналоги стали стоить дороже на 80-100%, а цены на расходные материалы после вступления в силу санкций выросли на 35-40%.

Кроме того, кратно удлинились сроки поставок всего импортного: бумаги, краски, фольги, фурнитуры и т. д. Купить их можно только по предзаказу (то есть по предоплате) за несколько месяцев и по курсу сильно выше текущего. Типографиям приходится работать с учетом такого замедленного темпа, а клиентам – дольше ждать. Издатели уже почувствовали на себе изменение сроков печати и рост цен на услуги типографий.

Исчезла сервисная поддержка со стороны фирм-поставщиков… У российских полиграфистов возникли серьезные проблемы с запчастями для печатных машин, с программным обеспечением действующего оборудования. На каждом предприятии такие вопросы решают самостоятельно, как могут. А техника быстро приходит в негодность, если используются заменители, «совместимые» запчасти.

Параллельный импорт типографского оборудования затруднен тем, что у каждой печатной машины есть свой серийный номер, и комплектующие для них будут уникальными, с собственными номерами: встроенные чипы моментально обнаружат «подделку» или «чужую запчасть» и заблокируют работу машины. Некоторые типографии уже останавливают отдельные «башни», разбирают старое оборудование на запчасти... Конечно, типографии полностью не встанут, наш народ выход найдет из любой ситуации. Какие-то машины, действительно, могут быть остановлены. И после закрытия мелких типографий такое оборудование тут же появится на рынке и будет молниеносно выкуплено.

Но это не все. В стране нет производства красок, формных пластин. Не хватает химикатов, огромный дефицит расходников: тонера, ламинации, клеев, алюминиевые пластины в России не производятся (объем потребления офсетных формных пластин около 12 млн м², из них 8,5 млн м² – производятся в Китае).

Так же, как и краски – российское производство давно закрыто. Сейчас разрабатывается новая логистика, рынок надеется на поставки китайских и корейских красок. Но мало того, что цены там, как ни удивительно, выше европейских – к ним еще нужно добавить стоимость доставки.
В этой ситуации Минпромторг разрешил параллельный импорт – печатных машин, используемых для печати «посредством пластин, цилиндров и других печатных форм», а также немелованных бумаги и картона, используемых в том числе для печати или других графических целей, в рулонах или прямоугольных (включая квадратные) листах любого размера – без разрешения правообладателя.
По словам представителей Минпромторга, параллельный импорт не означает легализацию контрафакта, мера предполагает ввоз оригинальных товаров, но через альтернативные каналы поставок. И предприимчивые люди какими-то окольными путями завозят все необходимое из-за рубежа, строя свой «бизнес» на проблемах отрасли.
А тут еще и бумажные комбинаты снова и снова сообщают о повышении расценок – на 30%, на 25%, снова на 15%. Как планировать работу в такой ситуации, как оставаться рентабельными, как строить отношения с клиентами? У полиграфистов вопросов пока больше, чем ответов.
Считаю, что представленная в Мониторинге информация актуальна и полеезна, она поможет руководителям издательских домов и полиграфических предприятий более объективно подходить к оценке своей работы и более точно выстраивать стратегию развития своего бизнеса.

2. Состояние рынка полиграфических услуг города Москвы, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.)

Общая характеристика рынка полиграфических услуг города Москвы

По итогам исследуемого периода IV кв. 2021 – III кв. 2022 г. экономическая ситуация в полиграфическом производстве (его основных сегментах) демонстрирует незначительные позитивные изменения. После двух лет сокращения объемов производства, наметилась тенденция роста. В основном обеспеченна увеличением стоимости полиграфических услуг на фоне санкционного давления со стороны недружественных стран.

Москва была и остается полиграфическим центром страны. Здесь зарегистрировано более 24% от общего числа организаций, занимающихся полиграфической деятельностью, в стране. Объем оказанных ими услуг на территории города (по данным Росстата, за январь-август 2022 года) составляет более 50 млрд рублей, то есть 23% от объема всего рынка полиграфических услуг в Российской Федерации.

Основной производственный комплекс московского полиграфического рынка составляют крупные и средние офсетные, флексографические и цифровые типографии, а также большое множество мини-типографий. Весь этот производственный потенциал ориентирован на удовлетворение спроса и оказание полиграфических услуг государственным органам власти, корпоративным организациям и населению города.

Здесь стоит отметить, что этот спрос удовлетворяется не только московскими типографиями, но и крупными, и средними полиграфическими комплексами из соседствующих с Московским регионом областей (Тверской, Ярославской, Тульской, Смоленской) и не только ими. Свои заказы московские коммерческие организации размещают и в других регионах (Нижегородской области, Республике Татарстан и т.д.). Это свидетельствует о том, что московским крупным и средним типографиям приходится жестко конкурировать с региональными типографиями.

Преимущественное развитие полиграфического производства в Центральном федеральном округе, где доминирует Москва, Московская область, Тверь и Ярославль, связано с высокой концентрацией издательского капитала в производство печатных СМИ, книжной продукции и в секторе печатной рекламы. Кроме того, наличие целого ряда успешно действующих промышленных предприятий стимулировало работу полиграфического производства этикеточно-упаковочного профиля в этом регионе. Доля типографий, сосредоточенных в Московском регионе (Москва и область), составляет около 30%. Здесь объем выпуска газетной продукции составляет

35%, журнальных изданий — 65%, а книжной продукции — 62% в общем объеме производства в стране. В Московском регионе сконцентрировано и производство упаковочной печатной продукции, объем которого в пять раз превышает возможности ближайшего по масштабам Северо-Западного федерального округа.

Проведенное исследование показывает, что крупные и средние типографии являются самыми устойчивыми с точки зрения, демографической составляющей. Их меньше всего уходит с рынка полиграфических услуг. На их долю, то есть 10-15% крупных и средних «универсальных» типографий, предлагающих широкий спектр услуг по печати — приходится 55% от объемов всего московского рынка полиграфических услуг, который оценивается почти в 70 млрд рублей по итогам прошлого года.

Что касается остальных участников рынка — это множество малых и микропредприятий, к которым относятся, в том числе рекламные агентства, располагающие собственной производственной базой, салоны печати и т.п. Большинство из них не оказывает существенного влияния на потенциальные возможности московского полиграфического рынка. Тем не менее между этими организациями существует жесткая конкуренция, что, безусловно, влияет на их сильную ротацию на рынке. В среднем около 20% из них уходят с рынка в течение нескольких лет с момента образования. Среди них, также много «мертворождённых» организаций, то есть тех, у кого полиграфическая деятельность заявлена, но фактически никогда не осуществлялась. По нашим данным, их доля не превышает 15% от общего числа московских организаций, осуществляющих полиграфическую деятельность.

Основная доля рынка полиграфических услуг приходится на специализированные и универсальные типографии, предлагающие широкий спектр полиграфических услуг.

Среди основных направлений развития московского полиграфического бизнеса по-прежнему является производство малотиражной журнальной и

книжной продукции; печатание материалов информационного и рекламного характера; изготовление широкого ассортимента этикеток и упаковки; осуществление печати и рассылки различного рода документов и корпоративных материалов.

Сильных структурных сдвигов в исследуемый период в московской полиграфии не произошло. Здесь по-прежнему численно доминируют малые и микропредприятия, хотя основную долю рынка держат крупные и средние типографии.

Также стоит отметить, что производственные мощности некоторых крупных типографий находятся в Московской области, хотя сами юридические лица зарегистрированы на территории города Москвы. Такова особенность полиграфического производства в Московском регионе, которая продиктована конкуренцией, а значит необходимостью сокращения издержек, связанных с оптимизацией стоимости арендованных площадей, ФОТ и т.д.

Доля рынка полиграфических услуг города Москвы относительно полиграфического рынка России, динамика и тенденции

На территории Российской Федерации на конец 2021 года числилось 8636 организаций [1], занимающихся полиграфической деятельностью и копированием носителей информации[2], из них в городе Москва — 2088 организации. Доля московских организаций, осуществляющих свою деятельность в области полиграфии и копирования носителей информации, составляет 24,17% от всего числа организаций в данной сфере. В целом на Московский регион (Москва и область) приходится около 30% организаций, оказывающих полиграфические услуги. Сюда включены все организации, которые получают основной доход от оказания полиграфических услуг и

[1] Здесь и далее приводятся данные по реально действующим организациям, то есть тем, которые сдают отчетность в соответствующие органы власти.

[2] Класс ОКВЭД 18 — Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации. Включает в себя: печать газет, книг, периодических изданий, деловых бланков, поздравительных открыток и прочих материалов, а также вспомогательную деятельность, такую как переплетное дело, изготовление печатных форм и обработка изображений.

копирования носителей информации, в том числе рекламные агентства, имеющие собственную производственную базу, а также полиграфические комплексы вузов и другие издающие организации. По оценкам экспертов, доля типографий, печатающих периодические печатные издания в Москве составляет около 20% от общего количества.

Таким образом Москва остается ведущим полиграфическим центром страны, в котором свою деятельность ведут типографии, производящие самые разные виды печатной продукции (газеты журналы, книги, брошюры, ноты, карты, рекламная продукция, упаковка и т.д.), самого разного масштаба.

При этом стоит отметить, что за последние три года в России общее число организаций в сфере полиграфии уменьшилось. Так с 2019 года по 2022 год их число сократилось с 9787 до 8636, то есть на 11,17%. Данная тенденция сохраняется и для рынка полиграфических услуг города Москвы. Если в 2019 году на рынке работало 2350 организаций, то в 2021 году на 262 меньше, то есть на 11,15%. Что соответствует общей демографии организаций в данной сфере.

Однако динамика уменьшения численности организаций в области полиграфии сократилась в 2021 году по сравнению с 2020 годом с 6,8% до 4,66%. То есть за 2021 год с рынка ушло меньше организаций, чем в 2020 году. Если данная динамика сохранится в текущем году, то в столице на рынке полиграфических услуг к концу 2022 года останется около 2000 организаций. Здесь же стоит обратить внимание, что порядка 10% организаций сдают нулевую отчетность, то есть, по сути, не являются действующими.

Таблица 42. Число организаций, занимающихся полиграфической деятельностью и копированием носителей информации, сдававших отчетность за в 2019-2021 гг.

Регион	2019 год	2020 год	2021 год.
Российская Федерация	9787	9085	8636
г. Москва	2350	2190	2088

Источник: СППИ ГИПП

При этом практически каждая третья типография в России и в Москве занимается печатью газет и периодических изданий.

Таблица 43. Количество полиграфических организаций по видам деятельности в Российской Федерации в 2019-2021 гг.

Вид деятельности	2019 год	2020 год	2021 год
Печатание газет	522	497	464
Издание газет, книг, периодических изданий, деловых бланков, поздравительных открыток и пр., в том числе переплетное дело, изготовление печатных форм и обработка изображений	2655	2315	2121
Печать журналов и прочих периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, книг и брошюр, нот и партитур, карт, атласов, плакатов, рекламных каталогов, проспектов и прочей печатной рекламы, почтовых марок, акцизных марок, товарораспорядительных документов, чеков и прочих ценных бумаг, смарт-карт, альбомов, дневников, календарей и прочей коммерческой печатной продукции, личных бланков и пр., печать непосредственно на текстильные изделия, пластик, стекло, металл, дерево и керамику, а также печать этикеток или ярлыков, многокрасочной упаковки	5912	5604	5401
Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность (составление, набор текста, фотонабор, подготовку данных, включая сканирование и оптическое распознавание символов/текста, электронный набор; изготовление печатных форм, включая обработку изображений (для машин высокой и офсетной печати) и т.п.)	489	479	463
Деятельность брошюровочно-переплетная и отделочная и сопутствующие услуги	209	190	187

Источник: СППИ ГИПП

Таблица 44. Количество полиграфических организаций по видам деятельности в Москве в 2019-2021 гг.

Вид деятельности	2019 год	2020 год	2021 год
Печатание газет	79	76	74
Издание газет, книг, периодических изданий, деловых бланков, поздравительных открыток и пр., в том числе переплетное дело, изготовление печатных форм и обработка изображений	661	592	539

Печать журналов и прочих периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, книг и брошюр, нот и партитур, карт, атласов, плакатов, рекламных каталогов, проспектов и прочей печатной рекламы, почтовых марок, акцизных марок, товарораспорядительных документов, чеков и прочих ценных бумаг, смарт-карт, альбомов, дневников, календарей и прочей коммерческой печатной продукции, личных бланков и пр., печать непосредственно на текстильные изделия, пластик, стекло, металл, дерево и керамику, а также печать этикеток или ярлыков, многокрасочной упаковки	1465	1379	1334
Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность (составление, набор текста, фотонабор, подготовку данных, включая сканирование и оптическое распознавание символов/текста, электронный набор; изготовление печатных форм, включая обработку изображений (для машин высокой и офсетной печати) и т.п.)	83	82	79
Деятельность брошюровочно-переплетная и отделочная и сопутствующие услуги	62	61	62

Источник: СППИ ГИПП

На долю столичных полиграфических организаций, для которых основным видом деятельности[3] (то есть приносит максимальный доход по сравнению с остальными направлениями) является печатание газет, приходится всего 3,54%. Несмотря на столь малую долю в общем объеме полиграфических организаций, данный сегмент является достаточно устойчивым, в нем практически не происходит сильных изменений (появления новых и резкого сокращения, выбытия организаций). Средний возраст организаций в этом сегменте рынка составляет более 10 лет.

Большая часть московских организаций полиграфической отрасли, оказывает широкий спектр услуг — от печатания газет, журналов, книг до печати упаковки и рекламной продукции, в том числе на текстильных изделиях, пластике, стекле, металле, дереве и керамике. На них приходится 89,7% от общего числа организаций, занимающихся полиграфической

[3] Код по ОКВЭД 18.11. Основным называется вид деятельности, который соответствует текущей деятельности организации и приносит максимальный доход по сравнению с остальными направлениями.

деятельностью и копированием носителей информации в городе Москва. Что на 2,6% больше чем в целом по Российской Федерации. Именно в данном сегменте рынка происходит наибольшая ротация, а именно уменьшение числа организаций, при этом вновь появляющиеся компании не компенсируют выбытия, поэтому число игроков на рынке сокращается.

Структура организаций на рынке полиграфических услуг в Москве в 2021-2022 гг.

Печатание газет – 3,54%

Издание газет, книг, периодических изданий, деловых бланков, поздравительных открыток и пр., в том числе переплетное дело, изготовление печатных форм и обработка изображений – 25,81%.

Печать журналов и прочих периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, книг и брошюр, нот и партитур, карт, атласов, плакатов, рекламных каталогов, проспектов и прочей печатной рекламы, почтовых марок, акцизных марок, товарораспорядительных документов, чеков и прочих ценных бумаг, смарт-карт, альбомов, дневников, календарей и прочей коммерческой печатной продукции, личных бланков и пр., печать непосредственно на текстильные изделия, пластик, стекло, металл, дерево и керамику, а также печать этикеток или ярлыков, многокрасочной упаковки – 63,89%.

Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность (составление, набор текста, фотонабор, подготовку данных, включая сканирование и оптическое распознавание символов/текста, электронный набор; изготовление печатных форм, включая обработку изображений (для машин высокой и офсетной печати) и т.п.) – 3,78%.

Деятельность брошюровочно-переплетная и отделочная и сопутствующие услуги – 2,98%.

Источник: СППИ ГИПП

Структура полиграфических организаций в Российской Федерации в 2021-2022 гг.

Печатание газет – 5,37%.

Издание газет, книг, периодических изданий, деловых бланков, поздравительных открыток и пр., в том числе переплетное дело, изготовление печатных форм и обработка изображений – 24,56%

Печать журналов и прочих периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, книг и брошюр, нот и партитур, карт, атласов, плакатов, рекламных каталогов, проспектов и прочей печатной рекламы, почтовых марок, акцизных марок, товарораспорядительных документов, чеков и прочих ценных бумаг, смарт-карт, альбомов, дневников, календарей и прочей коммерческой печатной продукции, личных бланков и пр., печать непосредственно на текстильные изделия, пластик, стекло, металл, дерево и керамику, а также печать этикеток или ярлыков, многокрасочной упаковки – 62,54%.

Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность (составление, набор текста, фотонабор, подготовку данных, включая сканирование и оптическое распознавание символов/текста, электронный набор; изготовление печатных форм, включая обработку изображений (для машин высокой и офсетной печати) и т.п.) – 5,36%.

Деятельность брошюровочно-переплетная и отделочная и сопутствующие услуги – 2,17%

Источник: СППИ ГИПП

Основные тенденции и динамика развития рынка полиграфических услуг московского региона

Анализ экономических показателей деятельности предприятий полиграфической отрасли демонстрирует незначительный рост по сравнению с прошлым годом. Так общая выручка в целом по отрасли за 8 месяцев 2022 года уже составила 77,7% от общего объема выручки за весь 2021 года. И выросла на 39,2% по сравнению с выручкой за аналогичный период 2021 год. Что свидетельствует о том, что в 2022 году отрасль выйдет на допандемийные объемы производства. Однако, по нашему мнению, на рост выручки влияет в том числе увеличение стоимости полиграфических услуг из-за санкционного давления. В среднем стоимость полиграфических услуг выросла на 10-20%. Как отмечают представители типографий, опрошенные в рамках исследования, увеличение цен произошло в результате роста цен на бумагу и расходные материалы.

Таблица 45. Оборот организаций по видам экономической деятельности в действующих ценах

	Январь-декабрь 2021 г., млн рублей	**Январь-август 2022 г., млн рублей**	**Январь-август 2022 г. в % к январю-августу 2021 г.**
Всего	73191724,8	43232845,0	94,4
Обрабатывающие производства в том числе:	12865929,7	9177685,2	118,6
производство бумаги и бумажных изделий	36705,3	31807,2	146,0
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	69527,3	54030,4	139,2

Источник: Мосстат

Таблица 46. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности на конец периода

	Август 2022 г. в % к			Январь-август 2022 г. в % к январю-августу 2021 г.
	июлю 2022 г.	декабрю 2021 г.	августу 2021 г	
Обрабатывающие производства в том числе:	103,9	110,7	112,5	112,7
производство бумаги и бумажных изделий	95,6	89,2	92,3	118,1
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	99,8	110,9	111,7	111,8

Источник: Мосстат

Дополнительно о позитивных сдвигах в области полиграфического производства свидетельствуют статистические данные о росте индекса производства и объемов выполненных работ и услуг.

После резкого снижения индекса производства в полиграфии в течение двух последних лет, по итогам 8 месяцев текущего года данные демонстрируют рост на 9,6%. Главным образом это происходит за счет роста объемов выполненных работ и услуг по печатанию журналов и периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, — по сравнению с январем-августом 2020 года в этом году за аналогичный период статистика фиксирует рост более чем на 70%. Значительно скромнее показатели роста услуг по печатанию газет —+18,8% в январе-августе 2022 года по сравнению с аналогичным периодом 2021 года.

Таблица 47. Индексы производства по видам деятельности

	Январь-декабрь 2019 г. в % к январю-декабрю 2018г.	Январь-декабрь 2020 г. в % к январю-декабрю 2019 г.	Январь-декабрь 2021 г. в % к январю-декабрю 2020 г.	Январь-август 2022 г. в % к январю-августу 2021 г.

Обрабатывающие производства в том числе	107.1	105,9	140,1	108,2
производство бумаги и бумажных изделий	141.5	148,3	157,7	119,9
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	91.0	83,0	81,9	109,6

Источник: Мосстат

Таблица 48. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по основным видам обрабатывающих производств в действующих ценах

	Январь-декабрь 2020 г., млн рублей	**Январь-декабрь 2021 г., млн рублей**	**Январь-август 2022 г., млн рублей**	**Январь-август 2022 г. в % к январю-августу 2021 г.**
Обрабатывающие производства в том числе:	5945613,5	9635409,7	6419172,5	108,1
производство бумаги и бумажных изделий	37976,7	46318,0	26262,3	92,2
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	53281,2	66279,3	54557,5	141,0

Источник: Мосстат

Таблица 49. Объемы печатных услуг и услуг по копированию

Вид услуг	**Январь-декабрь 2021 г.**	**Январь-август 2022 г.**	**в % к январю-августу 2021 г.**
Услуги полиграфические и услуги, связанные с печатанием, тыс. рублей	34064235,7	28379751,0	152,8
Услуги по печатанию газет, тыс. рублей	…	212522,7	118,8
Услуги по печатанию журналов и периодических изданий, выходящих реже четырех раз в неделю, тыс. рублей	732510,7	518804,8	171,3

Источник: Мосстат

Таблица 50. Основные характеристики выпуска непериодических книг и брошюр. Сравнение данных 1 полугодия 2021 г. и 2022 г.[4]

	1 полугодие 2022 года		1 полугодие 2021 года		в % к данным 1 полугодия предыдущего года	
	Число книг и брошюр, печ.ед.	**Общий тираж, тыс.экз.**	**Число книг и брошюр, печ.ед.**	**Общий тираж, тыс.экз.**	**Число книг и брошюр**	**Общий тираж**
Всего	**57413**	**203899,24**	**55416**	**177683,64**	**103,60**	**114,75**
Книги	50016	165311,01	48086	139805,29	104,01	118,24
Брошюры	7397	38588,24	7330	37878,36	100,91	101,87
В обложке	36478	135403,89	35001	118861,49	104,22	113,92
В переплете	20935	68495,36	20415	58822,16	102,55	116,44
Новые издания	48905	125799,37	48316	122309,45	101,22	102,85
Переиздания	8508	78099,88	7100	55374,2	119,83	141,04
Сериальные издания	27206	164475,89	24754	137275,87	109,91	119,81
Переводные издания	10752	45364,62	9707	37303,32	110,77	121,61

Источник: Российская книжная палата

Таблица 51. Выпуск книг и брошюр субъектами РФ. 1 полугодие 2022 г. (01.01.2022 — 30.06.2022)

	Число изданий, печ.ед.	**Общий тираж, тыс.экз.**	**Печ. л.-отт., тыс.**
Всего	**57413**	**203899.24**	**2652177.14**
Центральный федеральный округ	37294	183969.93	2341373.34
Москва	34160	178705.37	2311067.66
Московская область	291	2784.08	1881.07

Источник: Российская книжная палата

Несмотря на позитивную динамику роста индекса производства и объемов оказанных полиграфических услуг, вызывает тревогу финансово-

[4] 1. Подсчет статистических показателей за период производится только по обязательным экземплярам печатных изданий, зарегистрированным в Российской книжной палате с начала года (1 января) по конечную дату расчетного периода (31 марта, 30 июня, 30 сентября, 31 декабря). 2. Данная таблица рассчитана только по непериодическим изданиям книжного вида (книгам и брошюрам, альбомам). По остальным видам изданий (нотные, картографические, изоиздания, авторефераты) рассчитываются собственные таблицы. 3. За единицу издания принимается каждое самостоятельное издание, вышедшее в расчетный период, а не его тираж. Дополнительные тиражи издания суммируются.

экономическое положение предприятий в данной сфере. Доля убыточных организаций все еще высока и составляет 22,2%. При этом доля убыточных предприятий среди организаций, оказывающих услуги по печатанию газет, по нашим оценкам, составляет 14,5%.

Таблица 52. Финансовый результат деятельности организаций по видам экономической деятельности в январе-июле 2022 г.

	Сальдо прибыли и убытка (-)		**Сумма прибыли, млн рублей**	**Доля прибыльных организаций в общем числе организаций, %**	**Сумма убытка, млн рублей**	**Доля убыточных организаций в общем числе организаций, %**
	млн рублей	**в % к январю-июлю 2021 г.**				
Обрабатывающие производства из них:	**902734,8**	**145,4**	**957408,0**	**73,3**	**54673,2**	**26,7**
производство бумаги и бумажных изделий	4567,3	99,3	…	95,0	…	5,0
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	19888,6	в 25,9 р.	19999,4	77,8	110,8	22,2

Источник: Мосстат

Основные участники полиграфических услуг

Основными участниками на московском рынке полиграфических услуг являются

по печатанию газет

- ОАО «Московская газетная типография» — доля рынка 22%;
- ООО «ВМГ-ПРИНТ» — 11,3%;
- ООО «ПРОМЕДИАПРИНТ» — 6,6%;
- ООО «Красногорский полиграфический комбинат» — 4,8%.

Таким образом на их долю приходится 64,89% всей выручки в данном сегменте полиграфических услуг.

по печатанию газет и журналов

- АО "ПК "ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ"
- АО "ИЗДАТЕЛЬСТВО "ВЫСШАЯ ШКОЛА"
- АО “Издательский дом «Красная звезда»

книжная продукция

- АО "ПЕРВАЯ ОБРАЗЦОВАЯ ТИПОГРАФИЯ"
- ООО «Август Борг»
- ООО "ТИПОГРАФИЯ "МИТТЕЛЬ ПРЕСС"
- Типография «Буки Веди»
- АО «Т8 Издательские технологии»
- ОАО «Московская специализированная типография № 27» (для слепых и слабовидящих людей)

рекламно-информационная продукция

- Полиграфическое объединение «Периодика»
- ООО "РПК "ЗЕТАПРИНТ"

упаковка

- АО «Московский Центр Упаковки»
- ОАО «Производственное объединение «Упаковка»
- ООО «ПК ВП-принт»
- Группа компаний «Фармс технолоджи» и «Бизнес Фарс Групп»
- Производственная компания «Директ Принт»
- Агентство «BS Post»

цифровая печать

- ФГУП «Издательство «Известия»
- ООО «ВТ-Пресс»
- Рекламно-производственная компания «Аквила дизайн»

- ООО «Онлайн Принт»
- ООО «Викас-Принт»
- ООО «Ручное Время»

Справочно:

Региональные полиграфические предприятия, доминирующие в Москве

ООО «Первый Полиграфический комбинат (Московская обл.)»

ООО «Типография «Прайм Принт Москва» (Московская обл.)»

ОАО «Тверской полиграфический комбинат детской литературы» (филиал издательства «Высшая школа»)

ОАО «Смоленский полиграфический комбинат» (филиал издательства «Высшая школа»)

ОАО «Ульяновский Дом Печати» (филиал Первой Образцовой типографии)

ОАО «Типография «Вятка» г. Киров (филиал Первой Образцовой типографии)

ОАО «Чеховский Печатный Двор» (филиал Первой Образцовой типографии)

ОАО «Можайский полиграфический комбинат»

ОАО «Тверской полиграфический комбинат»

ИПК «Парето-Принт» (г. Тверь)

Ключевые участники рынка полиграфических услуг (ТОП-10) в течение исследуемого периода

ТОП-10 участников рынка полиграфических услуг Москвы:

1. **АО "ПЕРВАЯ ОБРАЗЦОВАЯ ТИПОГРАФИЯ"**

   (выручка 4,46 млрд руб.)

Генеральный директор: СОСКИН ЯКОВ ГРИГОРЬЕВИЧ

Контакты: 115054, г. Москва, улица Валовая, 28,

☎+7 495 641 51 70

office2@primepress.ru

Комплекс услуг: предоставляет самый широкий спектр полиграфических услуг на российском рынке. Основу ассортимента всей производимой филиалами АО «Первой Образцовой типографии» продукции составляют книги. По итогам 2021 года общий объем произведенных компанией книг в твердом и мягком переплете составил более 121,9 млн экземпляров, это 31,3% объема выпуска книг и брошюр в стране согласно статистике Российской Книжной Палаты.

Оборудование:

ЦИФРОВОЕ ПЕЧАТНОЕ:

ролевая машина для черно-белой струйной печати OCE JetStream 3300, работающая в линию с оборудованием фирмы Muller Martini SigmaLine для резки, фальцовки, подбора и вывода готовых блоков; ролевая машина для черно-белой струйной печати Kodak Prosper 1000, работающая в линию с оборудованием фирмы Muller Martini SigmaLine для резки, фальцовки, подбора и вывода готовых блоков; листовая машина для цветной цифровой печати HP Indigo 10000 – формат бумаги 750 х 530 мм, печать красками CMYK с калибровкой под ISO профили для мелованной и офсетной бумаги – печать от 1 листа

ПЕЧАТНОЕ:

листовая печатная машина Roland 505 LV, макс. формат листа 740 х 530 мм; листовая печатная машина Roland 705 LV, макс. формат листа 1040 х 740 мм; листовая печатная машина Speedmaster SM102-4, макс. формат листа 1020 х 720 мм; листовая печатная машина Rapida 105-5 L, макс. формат листа 1050 х 720 мм; 2 листовые печатные машины Rapida 164-8W для печати по схеме 4+4 или максимально 8+0, макс. формат листа 1640 х 1120 мм.

РУЛОННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ для выпуска черно-белой продукции (или 2+2) любого формата листовая печатная машина ROLAND 505 LV, макс. формат листа 740 х 530 мм; 2 листовые печатные машины ROLAND 705 LV, макс. формат листа 1040 х 740 мм; листовая печатная машина ROLAND 304, макс. формат листа 740 х 530 мм; листовая печатная машина KBA RAPIDA 74, макс. формат листа 740 х 520 мм; листовая печатная машина SPEEDMASTER SM102 2P, схема печати 1+1 или 2+0, макс. формат листа 1020 х 720 мм;

офсетная печатная машина SPEEDMASTER SM 102 VP HEIDELBERG

схема печати 2+2 или 4+0, макс. формат листа 1020 х 720 мм.

рулонные печатные машины для выпуска черно-белой продукции (или 2+2) любого формата; 2 листовые печатные машины Rapida 130-4, макс. формат листа 1050 х 720 мм; листовая печатная машина Rapida 105-5 L, макс. формат листа 1050 х 720 мм; листовая печатная машина Speedmaster SM74-5, макс. формат листа 740 х 520 мм; листовая печатная машина Komori L444SP, макс. формат листа 1080 х 820 мм листовая печатная машина RAPIDA 74, макс. формат листа 510 х 730 мм.

2. АО "ПК "ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ"

(выручка 3,08 млрд руб.)

Генеральный директор БАКОВ МИХАИЛ СЕРГЕЕВИЧ

Контакты: 109548, г. Москва, ул. Шоссейная, дом. 4д.

+7(495)276-16-06,

print@pkpp.ru

Комплекс услуг: Основная специализация направлена на изготовление цветных газет, глянцевых журналов и рекламной продукции высокого качества.

Оборудование: 9 рулонных печатных машин различной модификации;

5 ВШРА;

2 КБС;

3 машины для поэкземплярной упаковки;

2 машины для резки;

2 машины для фальцовки.

Основные клиенты: журналы «Деньги», «Российская Федерация», «Автопилот», «Домашний очаг», «Антенна», компания Комус и т.д.

В комплексе печатается более 400 наименований газет, периодических изданий, рекламных проектов.

Комплекс расходует более 7000 тонн мелованной ролевой бумаги, 2 000 тонн газетной бумаги, 500 тонн мелованной листовой бумаги.

Типография имеет свой высокотехнологичный ремонтно-механический участок, общая площадь которого составляет 1200 кв. метров.

3. АО "ИЗДАТЕЛЬСТВО "ВЫСШАЯ ШКОЛА"

(выручка 2,59 млрд руб.)

Генеральный директор: ТРУНОВ РОМАН ГЕННАДЬЕВИЧ

Контакты: 127051, Россия, г. Москва, ул. Неглинная, 29, стр. 1

+7 (495) 694-04-56

secretar@vshkola.ru

Комплекс услуг: крупнейшая в России книжная полиграфическая компания с современной производственной базой и огромным опытом работы.

Оборудование:

Обе производственные площадки — «Смоленский полиграфический комбинат» и «Тверской полиграфический комбинат детской литературы» оснащены широким спектром печатного, переплетно-брошюровочного и отделочного оборудования, дающего возможность изготавливать практически любые варианты книжной продукции, а также газеты, журналы и разнообразные виды рекламной продукции.

Основные клиенты: ОАО «Издательство «Просвещение», ООО «Дрофа», ЗАО «Издательство «Титул», ООО «Издательство «Фламинго», ООО «Самовар», ООО «Омега-Пресс», ООО Издательская группа «Азбука-Аттикус», ООО «Издательство «АСТ», ООО «Канц-Эксмо», ООО «Издательство «Оникс», ЗАО «Росмэн-пресс», ООО «Издательство «Эксмо» и другие.

4. АО “Издательский дом «Красная звезда»

(выручка 1,99 млрд руб.)

Генеральный директор: ТУРАНЦЕВ ОЛЕГ ЮРЬЕВИЧ

Контакты: 117342, Москва, Севастопольский проспект, 56/40С1

+7 (495) 941-21-12

kz@redstar.ru

Комплекс услуг: Производство тиражной газетно-журнальной и картографической печатной продукции офсетным способом печати.

Оборудование:

Оснащенность производства новейшим оборудованием составляет 70%, среди которого высокоскоростная листовая офсетная печатная машина Hiedelberg Speedmaster CD 102-5+L, рулонная офсетная печатная машина Ecoline, цветные цифровые печатные машины Canon ImagePRESS C10000VP и Canon ImagePRESS C910. Все оборудование без исключения проходит регулярное техническое обслуживание.

Основные клиенты: Минобороны РФ, Корпорация «МСП» и другие.

5. Акционерное общество «Московский центр упаковки»

(выручка 1,97 млрд руб.)

Генеральный директор: ЛИНОВИЧ МАРИНА РОМАНОВНА

Контакты: Россия, Москва, ул. Зорге 9А строение 2

+7 (495) 984-71-58

order@oaomcu.ru

Комплекс услуг: Производство высококачественной многокрасочной упаковки из разных видов картона и этикеточной продукции офсетным способом печати.

Оборудование:

Оптимально выстроенная производственная линейка включает в себя высокотехнологичное оборудование лучших мировых производителей: HEIDELBERG, KBA RAPIDA, BOBST, SANWA.

Основные клиенты: упаковка для кондитерских изделий, косметики, замороженных продуктов питания, средств гигиены и т.д.

6. ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ "УПАКОВКА"

(выручка 1,15 млрд руб.)

Генеральный директор: МАКАРЕНКОВ АЛЕКСАНДР КОНСТАНТИНОВИЧ

Контакты: 115477, г. Москва, ул. Промышленная, д. 3

8 (499) 782-97-58

Комплекс услуг: производство различных видов упаковки из картона с полноцветной печатью и широким спектром дополнительной отделки – ВД и

УФ лакированием, ламинированием, кашированием, печатью на металлизированном картоне, многоуровневым конгревным тиснением и тиснением фольгой.

Оборудование:

Автоматический пресс для тиснения и высечки YAWA EF-106; Машина YAWA TYM1050Y с автоматической листовой подачей, предназначена для высечки и биговки, конгревного и блинтового тиснения фольгой изделий из бумаги, картона или пластика; Автоматический прессYAWA EC-106ER предназначен для вырубки, биговки, перфорации и конгревного тиснения. Более того, машина оснащена секцией удаления облоя и разделения заготовок, что позволяет отказаться от ручного труда и повысить эффективность производства и др.

Основные клиенты: Красный октябрь, Бабаевский и др.

7. ФГУП ИЗДАТЕЛЬСТВО "ИЗВЕСТИЯ"

(выручка 1,1 млрд руб.)

Генеральный директор: ЛАРИОНОВ ИВАН ИВАНОВИЧ

Контакты: 127254 г. Москва, Улица Добролюбова д.6 стр.1

8 (495) 694 71 00

komcenter@izv-udprf.ru

Комплекс услуг: предлагает самый широкий ассортимент услуг редакционно-издательского блока, выпуск полиграфической продукции (книг, журналов, буклетов, проспектов, альбомов и т.д.), допечатную подготовку и послепечатную обработку, фотоуслуги.

Оборудование:

офсетная печать: Heidelberg Speedmaster CX-75-5+L, Heidelberg Speed-master 52-2

цифровая печать: Xerox color 800, Xerox Igen4 EXP 110, Screen Truepress-Jet 520EX.

Основные клиенты: Помимо Администрации Президента Российской Федерации, Аппарата Правительства Российской федерации и Управления делами Президента Российской Федерации в почетном списке постоянных заказчиков известинской продукции – Аппарат Государственной Думы ФС РФ, МИД России и другие государственные органы и учреждения, а также коммерческие предприятия.

8. АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "Т8 ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ"

(выручка 1,04 млрд руб.)

Генеральный директор: ЛАТЫНЦЕВ СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

Контакты: Москва, Волгоградский пр-т, 42, корп. 5

+7 (499) 116-66-18

info@T8print.ru

Комплекс услуг: Изготовление книжной продукции малыми тиражами и «по требованию» способом цифровой печати.

Оборудование:

Оборудование для цифровой печати.

Основные клиенты: Альпина Паблишер, Университет «Синергия», Пальмира, Издательство «Весь» и другие.

9. ОАО "МОСКОВСКАЯ ГАЗЕТНАЯ ТИПОГРАФИЯ"

(выручка 679 млн руб.)

Генеральный директор ВЕРХНЯЦКАЯ ОЛЬГА АНАТОЛЬЕВНА

Контакты: 123022, г. Москва, ул. 1905 года, д.7, стр.1,

8(499) 259-8110,

info@mosgt.ru

Комплекс услуг: Печать газет и журналов; Комплектование газет и журналов вложениями; Поэкземплярная упаковка газет и журналов; Экспедирование готовой полиграфической продукции; Офсетная печать газет; Офсетная печать журналов; Офсетная печать листовок.

Оборудование: В конце 2009 года была введена в эксплуатацию новейшая, не имеющая аналогов в России, комбинированная рулонная офсетная печатная машина. Комплекс включает в себя рулонную печатную машину GOSS, состоящую из 2-х полноцветных печатных башен Cold Set UNILINER и одной полноцветной печатной башни Heat Set UNIVERSAL 75 с газовой сушкой, парк допечатного оборудования CtP фирмы AGFA и Kodak.

Две скоростные линии CTP AGFA Avalon и Kodak Trendsetter обеспечивают формами все башни печатного комплекса GOSS, а также другие печатные машины типографии в течение 40 мин. с момента подтверждения заказчиком последней полосы. Для оптимизации времени производства и удобства наших заказчиков работа с редакциями ведется в удаленном доступе в полностью автоматизированной программе приемки и обработки заданий Agfa Arkitex.

Более половины мощностей типографии нацелены на печать цветных и черно-белых газет формата А2 и А3, виды, полосность и качество которых в настоящее время являются выдающимися в России. Мощности типографии также позволяют выпускать цветные журналы на офсетной и мелованной бумагах, осуществлять поэкземплярную упаковку и делать вкладки рекламных приложений в газеты и журналы.

Рулонные офсетные печатные машины GOSS UNILINER и UNIVERSAL 75 ориентированы на качественную печать газет и цветной коммерческой продукции на широком спектре бумаг и на высокой скорости. Одна из

важнейших особенностей данного обрудования – это возможность работы cold set+ heat set, т.е. в режиме совмещения газетного и мелованного полотен в одном печатном продукте.

Экспедиционное оборудование Schur (Дания) работает «в линию» с машиной GOSS UNILINER и UNIVERSAL 75 и состоит из:

- 3-х приемных стекеров

- 3-х автоматических линий упаковки в полипропиленовую пленку и перекрестной обвязкой пластиковой лентой

- 2-х вкладочных линий с 2-мя самонакладами для вкладки каждая.

Рулонная офсетная печатная машина MAN Cromoset установлена в комплектации под печать цветных (4+4 и 2+2), а также черно-белых газет формата А3 и А4. Ширина роля -840 мм и рубка – 598 мм. Скорость печати машины до 45 тыс. об./час.

Рулонная офсетная печатная машина Zircon Supra 660. Ширина роля до 660 мм, рубка 452 мм. Возможна полноцветная печать (4+4) на офсетной и мелованной бумаге плотностью от 80 до 115 г/м2 в виде отдельных листов формата до 660 х 452 мм или в виде 8-ми полосных тетрадей А4 или 16-ти полосных тетрадей А5.

Парк послепечатного оборудования состоит из 6 единиц ВШРА, клеевой линии с подбором тетрадей из 45 самонакладов, фальцевальных машин, одноножевых резальных машин.

Основные клиенты: газета «Московский комсомолец», Газета «Московская правда», Общероссийская газета «Моя Семья», Газета «Вечерняя Москва», «Финансовая газета», Газета «Телесемь», Газета «Комсомольская правда», Фирма «1С».

10. ООО "РПК "ЗЕТАПРИНТ"

(выручка 654 млн руб.)

Генеральный директор: ГЛУШКОВ АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ

Контакты: Россия, Москва, Волгоградский проспект 42 корпус 8.

+7 (495) 775 2338 (многоканальный).

info@zetaprint.ru

Комплекс услуг: Производство высококачественной многокрасочной журнальной и рекламной продукции способом офсетной листовой печати.

Оборудование:

Новый уровень высококачественной офсетной печати. Speedmaster XL 105 — класс машин с высокой производительностью для удовлетворения многообразных требований рынка и задает стандарты в офсетной печати.

Основные клиенты: Сбербанк, Лукойл, Газпром, Связь-банк и др.

Российские целлюлозно-бумажные комбинаты — партнеры издателей на московском полиграфическом рынке, виды производимой полиграфической продукции

АО «Соликамскбумпром» — газетная бумага, которая используется для офсетной печати, как холодным (coldest), так и горячим (heatset) способом на современных печатных машинах. Вырабатывается массой 40, 42, 45, 48.8, 52 и 55 г/м².

Кондопожский целлюлозно-бумажный комбинат — бумага газетная тонкая предназначается для печатания офсетным и иным способом печати газет, текстовых изданий с малым сроком службы.

Бумага газетная различного назначения для печатания офсетным и (или) иным способом печати газет, текстовых изданий с малым сроком службы.

Бумага газетная в листах производится в соответствии с требованиями СТО 18022154-011-2015 «Бумага газетная в листах».

Бумага газетная повышенной массоемкости производится в соответствии с требованиями СТО 33039595-013-2019 «Бумага газетная повышенной массоемкости».

Бумага типографская (пухлая) производится в соответствии с требованиями СТО 33039595-012-2019 «Бумага типографская (пухлая)».

Монди СЛПК — офсетная, газетная бумага.

Целлюлозно-бумажный комбинат «Кама» — мелованная бумага в рулонах масса 51-105 г/м2, офсетная бумага в рулонах масса 45-100 г/м2. Мелованный картон FBB.

АО «Балахна» — газетная бумага, пухлая бумага кремового оттенка, пухлая бумаги окрашенная в массе коричневого, розового («лосось») и других оттенков под заказ.

Группа «Илим» — офсетная бумага, мелованная бумага Омела.

Динамика изменения цен на печатную продукцию и услуги в сфере полиграфической деятельности в течение исследуемого периода

По данным проведенного опроса, на ценообразование в полиграфии в 2022 году сильное влияние оказало увеличение стоимости расходных материалов, бумаги и быстроизнашивающихся запчастей для оборудования.

Структура себестоимости печатной продукции по видам продукции следующая:

книги: бумага – 45%, услуги – 40%, другие материалы – 15%;

журналы: бумага – 47%, услуги – 44%, другие материалы – 7%;

газеты: бумага – 58%, услуги – 20%, другие материалы – 22%.

С учетом постоянно сокращающихся тиражей и полосности печатных СМИ, сильным ростом цен на бумагу и расходные материалы (из-за санкций произошло увеличение логистических расходов), московские типографии

вынуждены увеличивать стоимость своих услуг. Однако их рост сильно отстает об общего тренда увеличения — всего на 4,48% в прошлом году по России, и на 11,2% в Москве за этот же период. И за 9 месяцев этого года на 5,52% по России и 11,8% в Москве. Давление региональных типографий заставляет московские типографии держать цены на соответствующем уровне фактически за счет снижения своей доходности.

Безусловно, это не может не влиять на стоимость самой печатной продукции. По данным Мосстата, в столице печатные издания в августе 2022 года подорожали на 15%.

Таблица 53. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, в % к декабрю предыдущего года

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.	окт.	но
Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	102,09	101,42	101,92	102,38	103,35	104,43	103,80	104,83	104,26	104,37	104

Источник: Росстат

Таблица 54. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, в % к декабрю предыдущего года

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.
Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	99,46	101,98	106,66	107,5	104,55	105,85	105,11	105,15	105,52

Источник: Росстат

Таблица 55. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности на конец периода

		Август 2022 г. в % к	

	Декабрь 2021 г. к декабрю 2020 г.	июлю 2022 г.	декабрю 2021 г.	августу 2021 г	Январь-август 2022 г. в % к январю-августу 2021 г.
Обрабатывающие производства в том числе:	113,4	103,9	110,7	112,5	112,7
производство бумаги и бумажных изделий	**138,2**	95,6	89,2	92,3	118,1
деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	**111,2**	99,8	110,9	111,7	111,8

Источник: Мосстат

Таблица 56. Максимальное и минимальное изменение цен в августе 2022 г. на отдельные группы непродовольственных товаров к соответствующему периоду предыдущего года, в процентах

	Индекс цен по группе	Максимальное и минимальное изменение цен внутри группы	
		товары	индекс цен
Печатные издания	115,0	Учебник, учебное пособие, дидактический материал для общеобразовательной школы, шт.	123,0
		Книга детективно-приключенческого жанра, шт.	112,4

Источник: Мосстат

Динамика изменения цены на бумагу в печати

Россия является одним из мировых лидеров по производству газетной бумаги, но объемы ее выпуска неуклонно сокращаются несколько лет подряд. В прошлом году по сравнению с 2018 г. отечественные целлюлозно-бумажные комбинаты (ЦБК) произвели на 25% меньше газетной бумаги. Участники рынка говорят о том, что пандемия усилила негативные тенденции, давно наблюдаемые в бумажной отрасли, но коснулись они только отдельных

сегментов. В целом бумажное производство РФ за этот период увеличилось на 14,5% за прошлый год.

Таблица 57. Производство основных видов продукции целлюлозно-бумажного производства, издательской и полиграфической деятельности в Российской Федерации

	2017	2018	2019	2020	2021
Бумага и картон, тыс. т	8733	9148	9150	9719	10404
в том числе бумага газетная в рулонах или листах	1438	1528	1516	1312	1148

Источник: Росстат

Динамика производства отражает структурные изменения, происходящие в этом секторе. Комбинаты, которые ранее специализировались на выпуске печатной бумаги, перепрофилируют производства, переключаясь на выпуск более маржинальных видов продукции — бумаги и картона для упаковочной индустрии. Решения об изменении продуктового портфеля игроки объясняют тем, что спрос на бумагу для печати падает — развитие интернета, появление электронных СМИ, цифровых книг привело к снижению тиражей газет и журналов. С другой стороны — пандемия и связанные с ней ограничения увеличили оборот интернет-торговли. Онлайн-магазины в большом количестве используют оберточную бумагу и картонные коробки, а курс на экологичность усилил интерес к этому виду продукции.

Сокращение производства и сужение рынка бумаги для печати сопровождается ростом цен на нее. За 2021 г. цены производителей на газетную бумагу увеличились с 25,9 тыс. руб. в январе до 28,9 тыс. руб. за тонну в декабре. На офсетную бумагу — с 46,7 тыс. руб. в январе до 59,4 тыс. руб. за тонну в декабре. В 2022 году тренд на рост цен на бумагу продолжился и, хотя официальная статистика фиксирует стабилизацию ситуации — с июня отмечается постепенное снижение стоимости, — тем не менее, средняя цена на офсетную бумагу выросла с 54030,40 руб. в январе до 65830,34 руб. в сентябре, то есть за два года выросла на 41%. На мелованную бумагу цены

также выросли на 37,5%, то есть с 61310,76 руб. в январе до 84310,40 руб. в сентябре. **Отметим, что речь идет об отечественных сортах бумаги.**

Опрошенные в рамках исследования типографии отмечают рост стоимости на некоторые категории бумаг и картона на 50-100%. Это связано с возникшим дефицитом из-за введенных в отношении России санкций недружественными государствами.

Также отметим, что данные опроса демонстрируют, что основная масса московских типографий не может позволить себе прямых поставок со стороны ЦБК, из-за небольших объемов закупок, поэтому им приходиться покупать бумагу и картон для печати у дилеров. А значит, эта цена существенно отличается от цены самого производителя, например, некоторые типографии отмечают рост цен на мелованную бумагу на 70-96%. Прямые контракты на поставку бумаги с производителями могут себе позволить только крупные и средние типографии, имеющие складские площади, позволяющие хранить купленную бумагу.

Таблица 58. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, в % к декабрю предыдущего года

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.	окт.	нояб.
Производство бумаги и картона	103,47	108,05	113,09	123,07	135,11	142,68	145,33	144,63	143,09	139,75	143,12

Источник: Росстат

Таблица 59. Индексы цен производителей по видам экономической деятельности по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, в % к декабрю предыдущего года

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.
Производство бумаги и картона	101,02	102,67	105,55	107,47	104,38	97,13	87,03	79,24	82,44

Источник: Росстат

Таблица 60. Средние цены производителей на отдельные виды промышленных товаров по Российской Федерации в 2021 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, рублей за единицу измерения

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.	окт.	нояб.	декаб.
Бумага газетная в рулонах или листах, т	25916,19	25537,01	26476,84	27100,23	27489,08	27670,33	27842,06	27502,11	28106,32	28260,97	27999,57	28936,54
Бумага офсетная, т	46665,32	46483,61	47031,18	47716,20	50091,94	50846,87	51842,62	53106,67	55368,92	56234,22	57514,29	**59459,34**
Бумага и картон обработанные, т	46058,20	48256,98	49515,98	51327,69	54304,48	56063,05	58468,70	58423,45	57445,98	58774,97	59891,61	**59706,46**

Источник: Росстат

Таблица 61. Средние цены производителей на отдельные виды промышленных товаров по Российской Федерации в 2022 г. (на товары, предназначенные для реализации на внутреннем рынке)

на конец периода, рублей за единицу измерения

	янв.	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сент.
Бумага газетная в рулонах или листах, т	…1)	…1)	…1)	…1)	…1)	…1)	…1)	…1)	…1)
Бумага офсетная, т	59794,83	60386,94	61586,03	63524,69	64447,05	63553,46	65179,03	66467,81	65830,34
Бумага и картон обработанные, т	61310,76	72626,49	73054,66	91375,16	85104,84	80745,74	82305,17	80453,08	84310,40

…1) Данные не размещаются в целях обеспечения конфиденциальности первичных статистических данных, полученных от организаций, в соответствии с Федеральным законом от 29.11.2007 № 282-ФЗ (ст.4, п.5; ст. 9. П.1)

Источник: Росстат

Таблица 62. Динамика цен на бумагу, 2014–2022 гг., руб.

Вид бумаги	**Повышение цены за 8 лет 2014-2022 гг.**	**2014 г. Цены в рублях**	**2015 г. Цены в рублях**	**2016 г. Цены в рублях**	**2017 г. Цены в рублях**	**2018 г. Цены в рублях**	**2019 г. Цены в рублях**	**2020 г. Цены в рублях**	**2021 г. Цены в рублях**	**2022 г. Цены в рублях**
Мелованная	**295%**	**43 300**	**63 900**	**62 776**	**60 295**	**63 300**	**65000**	**77000**	**90700**	**127887**
			+47,5% к 2014 г.	-2% к 2015 г.	-4% к 2016 г.	+4-5% к 2017 г.	+3% к 2018 г.	+18% к 2019 г.	+18% к 2020 г.	+41% к 2021г.

Офсетная	**233%**	**41 950**	**46 650 - 49 600**	**53 650 - 54 300**	**58 000 - 63 000**	**65 500**	**71500**	**76000**	**84600**	**98000**
			+18% к 2014 г.	+15% к 2015 г.	+13% к 2015 г.	+4-5% к 2017 г	+8,5% к 2018 г	+6,3% к 2019 г.	+11% к 2020 г.	+16,4% к 2021г.
Газетная	**218%**	**21 300**	**23 300 – 27 800**	**30 800 – 32 500**	**33 500 – 34 050**	**35 700**	**38000**	**41500**	**42300**	**46471**
			+20% к 2014 г.	+17% к 2015 г.	+5% к 2016 г.	+4% к 2017 г.	+6,5% к 2018 г.	+9,2% к 2019 г.	+8% К 2020 г.	+9,8% К 2021 г.

Основные проблемы рынка полиграфических услуг московского региона, возможные пути их решения

Основные проблемы рынка полиграфических услуг в Московском регионе полностью совпадает с общеотраслевыми проблемами, как по значимости, так и по способам их преодоления:

- падение объемов печати газет и неопределенность их перспектив при складывающемся медиапотреблении;

- снижение доходности и как следствие ограничения в привлечении заемных средств для развития бизнеса;

- практически полная импортозависимость полиграфического производства (все оборудование и расходные материалы импортные) увеличивает издержки ведения бизнес-процессов в типографиях. В условиях санкций эта проблема только усугубила ситуацию;

- монополизация производства по основным направления;

- рост цен на расходные материалы из-за санкционного давления. По данным опроса, в текущем году отмечается

существенный рост цен на пластины/формы на 30-40%, на краски 15%, на химию, запчасти и пр.

- дефицит некоторых сортов бумаги и картона, в связи с прекращением поставок из ЕС и как следствие резкое увеличение стоимости на них;

- задержки и даже срывы поставок бумаги, расходных материалов и запасных частей из-за чего типографиям становится сложно гарантировать соблюдение договорных сроков изготовления полиграфической продукции.

Таким образом, введенные санкции существенно повлияли на работу типографий.

Как отмечают сами типографии, иностранные компании ушли и оставили без поддержки ЦПМ. Поставки через третьи страны стали долгими и подорожали в разы (централизованное техобслуживание печатных машин легло на плечи частников, инженерные компании ранее по контрактам, закреплённым за печатной машиной пока не справляются с поставленными задачами, все пользуются услугами частных лиц без каких-либо гарантий и поддержки, техническая и операционная деятельность легла на плечи руководства, уводя его от прямого контроля производством и его развитием), проблема с неоригинальными расходными материалами. Нет поставок импортной бумаги и переплетных материалов. Все оборудование (Япония, Италия и т.д. — запасные части и компоненты крупных узлов остались без поддержки ос стороны производителя). Уменьшился ассортимент бумаг, возникли трудности с

работоспособностью оборудования, появился дефицит на рынке расходных материалов и красок.

Сама отрасль не в состоянии сейчас решать эти проблемы без поддержки со стороны государства.

Из-за практически тотальной импортозависимости представляется, что должна появится государственная программа по импортозамещению в отрасли (от запасных частей до пластин и красок) и поддержка типографий в текущих условиях (региональные льготы, доступность льготного кредитования, контроль за обоснованностью роста цен на отечественную бумагу и картон, гибкая политика по регулированию ввозных и вывозных таможенных пошлин в интересах российской экономики, своевременное введение ограничений на вывоз бумаги из страны, ускоренное таможенное оформление, послабление валютного контроля, а именно возможность оплачивать счета поставщиков за границей).

Антикризисные меры, применяемые в отрасли для стабилизации цен на рынке полиграфических услуг

С конца февраля, когда многие западные компании на фоне санкций против России объявили об уходе или приостановке деятельности в стране. В России резко взлетели цены на офсетную бумагу. В результате весной Федеральная антимонопольная служба России начала проверку обоснованности превышения цен. К решению данной проблемы также подключилось профильное министерство — Минпромторг России. Однако в их поле зрения

оказалась только офисная бумага, цены на которую достаточно оперативно удалось стабилизировать. К сожалению, все предпринятые усилия не коснулись бумаги и картона для полиграфии.

По информации Минцифры России дефицита краски удастся избежать: для этого будет восстанавливаться отечественное производство, а также производиться закупки в дружественных странах, в первую очередь в КНР.

Существующие в настоящий момент антикризисные меры поддержки бизнеса со стороны государства в основной массе не распространяются на предприятия полиграфической отрасли.

В связи с этим только несколько крупных московский типографий за время пандемии и санкций воспользовались ими. А именно такой мерой поддержки, как отсрочка по уплате налогов или субсидированный кредит.

Большинство представителей отрасли, что подтверждается данными опроса, никакими мерами поддержки не воспользовались.

Попытки профессионального сообщества обратить внимание Минпромторга на ситуацию с ценами на полиграфические сорта бумаги и картона пока не увенчались успехом.

Что касается самих типографий, то в сложившихся условиях в целях сохранения своего производственного потенциала московские типографии активно проводят мониторинги и тестируют расходные материалы других производителей в поиске оптимальных аналогов.

Оценка адаптации операторов московского рынка полиграфических услуг к изменениям на рынке в связи с вводимыми экономическими санкциями в отношении РФ и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19)

Как и любой другой бизнес, типографии вынуждены были мгновенно адаптироваться к меняющейся ситуации. Во время пандемии, большинство типографий в течение короткого времени перевела часть сотрудников на удаленную работу, при сохранении работоспособности типографии на прежнем уровне. Однако, несмотря на это, у типографий было отмечено снижение объемов заказов.

После завершения пандемии отмечается незначительное увеличение объема, однако до сих пор уровень загрузки типографий так и не достиг «доковидных» показателей.

Что касается санкционного давления, то в данной ситуации большинство типографий переключилось на поиск аналогов и заключение контрактов с новыми поставщиками. Благодаря запасам на складах высокого уровня стресса в большинстве случаев удалось избежать.

Некоторые типографии, отмечают, что у них на адаптацию к текущей ситуации ушло 4-6 месяцев.

Оценка мер государственной поддержки и регулирования, принятых в связи с вводимыми экономическими санкциями в отношении РФ и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19), уровень востребованности у предпринимателей и предприятий

Установленные в настоящий момент меры государственной поддержки имеют узкую отраслевую направленность (ИТ, туризм,

строительство, системообразующие компании и т.д.). Однако все они стороной обходят типографии.

Безусловно, у типографий есть запрос на помощь со стороны государства от отсрочек по уплате некоторых видов налогов (на землю, имущество и т.д.) до льготных кредитов. Однако воспользоваться ими в настоящий момент не представляется возможным.

Комментарии представителей отрасли

Яков Григорьевич Соскин, генеральный директор АО «Первая Образцовая типография»:

Современная российская полиграфия является импортозависимой отраслью, практически все оборудование и расходные материалы, за исключением, возможно, бумаги и картона, производство которых в последние месяцы в значительной степени локализовано, являются продукцией зарубежных — европейских и американских компаний.

С конца февраля начался процесс ухода с рынка иностранных компаний, что осложнило процесс производства книжной продукции (это основа нашего продуктового ассортимента). Первыми об уходе с российского рынка заявили поставщики цифрового печатного оборудования и материалов, поэтому наиболее пострадавшим от санкционного давления является сегмент цифровой печати (типографии малых тиражей).

С введением в апреле пятого пакета санкций ограничения были наложены на производителей оборудования и материалов для полиграфической отрасли.

Что касается расходников — красок, клеев, пластин и т.п. — наши поставщики стали искать варианты обеспечения отрасли путем усложнения логистических цепочек для поставок красок и клеев европейских производителей, а также путем замещения европейских материалов на материалы азиатских производителей, что безусловно приводит к их удорожанию и, соответственно, росту себестоимости книжного производства. Некоторые виды клея подорожали почти в два раза, ролевые краски на 250%. Отделочные материалы европейских производителей замещены турецкими, произошло некоторое упрощение отделки, но не критичное, не заметное глазу читателей.

Сложнее ситуация с печатным и переплетным, отделочным оборудованием. Для обеспечения его функционирования некоторые зарубежные производители, даже уйдя с российского рынка, оставили сервисные команды. Были созданы российские компании, осуществляющие сервис и консультативную поддержку (Koenig & Bauer, Heidelberg и др.) Вопрос поставок запчастей и электронных компонентов на весь спектр используемого нами и, в целом, в отрасли оборудования — самый сложный, многие производители оборудования жестко запрещают поставки в Россию своим дилерам по всему миру и в СНГ.

Как отмечалось выше, существуют проблемы в сегменте цифровой печати малых тиражей, обеспечении поставок запчастей к зарубежному полиграфическому оборудованию.

Изменения в цепочках поставок расходных материалов при одновременном росте цен на них, а также рост цен на бумагу (пока не превышающий мировые показатели) привели к росту себестоимости книжной продукции.

С конца сентября обострился кадровый вопрос в связи с мобилизацией сотрудников отрасли.

Также резко увеличились ставки на кредитные средства, что также отражается на себестоимости производства.

В целом наблюдается постепенное сжатие книжного рынка (по количеству заказов и их тиражности), что влечет за собой некоторое снижение загрузки производственных мощностей типографии.

Мы считаем наиболее востребованной для нас сейчас мерой государственной поддержки — субсидированные кредитные линии на приобретение основного производственного оборудования и финансирование оборотных средств, в том числе через механизмы Фонда развития производства (федеральные и региональные).

Людмила Вячеславовна Пименова, генеральный директор АО "ПРАЙМ ПРИНТ МОСКВА"

С введением ограничений и санкций произошло сокращение поставщиков расходных материалов, увеличилась их отпускная стоимость, при этом все поставщики перешли на 100% предоплату. Пропала возможность заказа запасных частей/узлов для европейского печатного оборудования. Нет возможности обновления рабочих программ для оборудования. Произошли критичные нарушения работы сервисных служб поставщиков полиграфического оборудования.

Элина Олеговна Стесенко, генеральный директор ОАО «Подольская фабрика офсетной печати»:
С введением санкций уменьшился ассортимент бумаг, возникли трудности с работоспособностью оборудования, появился дефицит на рынке расходных материалов и красок.
В отрасли отсутствует импортозамещение по большинству позиций основных расходных материалов, некоторых сортов бумаги и картона, отсутствуют печатные пластины, краска, лаки, клеи и т.п.
По нашему мнению, в России необходимо организовать производства полного цикла по изготовлению необходимых материалов для полиграфии.

Валентин Крынкин, Группа компаний «AS-Trust»
Поставки через третьи страны стали долгими и подорожали в разы. Ранее централизованное техобслуживание печатных машин сейчас легло на плечи частников, инженерные компании ранее по контрактам, закреплённым за печатной машиной пока не справляются с поставленными задачами, все используются услугами частных лиц без каких-либо гарантий и поддержки. Возникают проблемы с неоригинальными расходными материалами. Все цифровые печатные машины (Япония, Италия — запасные части и компоненты крупных узлов) осталось без поддержки со стороны производителей. Требуется ускорить таможенное оформление при ввозе запасный частей, нужны 0 ставки ввозных таможенных пошлин и на запчасти, и на бумагу и расходные материалы. А также упрощение валютного контроля при оплате счетов поставщиков за границей.

3. Состояние московского рынка окружных и районных печатных СМИ, динамики его изменения в течение исследуемого периода (IV кв. 2021 – III кв. 2022 г.)

Всего в Москве 11 окружных газет, по одной на каждый округ.

Все окружные газеты продолжали выходить в исследуемый период, доставка до жителей города осуществлялась в полном объеме, несмотря на распространение сначала коронавирусной инфекции, а затем и в условиях экономических санкций, которые коснулись работы всех предприятий города, том числе полиграфических.

По сравнению с прошлым годом, тиражи окружных газет сократились

на 20%. Исключение составили газеты «Москва. Центр», «Новые округа» и «Южные горизонты», тиражи которых остались на уровне 2021 года. Совокупный тираж окружных СМИ (из расчета 1-го номера) в 2022 году ~ 3,6 млн экз.

Ключевыми темами в 2022 году для всех газет стало освещение вопросов борьбы с коронавирусной инфекций, вакцинации, выборов муниципальных депутатов, освещение вопросов, связанных с проведением специальной военной операции, проведением частичной мобилизации, информирование о помощи жителям Донбасса, сборе гуманитарной помощи, меры поддержки мобилизованным и членам их семей, а также традиционно освещение актуальных вопросов социальной, транспортной сферы, образования, благоустройства, ЖКХ, реновации, экологии и т.д.

Подробная информация о печатных окружных и районных газетах, распространении и другие показателях представлены ниже.

Окружные газеты

Таблица 63. Окружные печатные СМИ г. Москвы

Параметры	Информация об издании
1. Окружная газета Западного административного округа г. Москвы «На Западе Москвы»	
Наименование	**«На Западе Москвы»**
Издатель (юридическое лицо)	АО «Аргументы и факты»
Юридический/фактический адрес редакции	101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42
Учредители	Префектура Западного административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по	Редакция не предоставила информацию

Параметры	Информация об издании
закупкам в соответствии с 44-ФЗ в 2021 и I-III кв. 2022 году с указанием объемов финансирования	
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	800 полос за 2022 год
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	0
Территория распространения СМИ	Западный административный округ города Москвы
Периодичность выхода СМИ	еженедельник
Тираж	372 583
Количество полос, цветность	16, 4+4
Руководитель редакции и его контакты	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна Тел.:+7 (916) 621-22-09, buravchikova@aif.ru
Номер свидетельства о регистрации СМИ	№ ФС1 - 02330 от 22.03.2007 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 года	Редакция не предоставила информацию
Информация о типографии (название, контакты)	ООО «Типография «КомПресс-Москва», г. Химки, 141407, Нагорное ш., д.2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост», юр. адрес: 127018, Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 18, п. 8, офис 422
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено

Параметры	Информация об издании
2. Окружная газета Зеленоградского административного округа г. Москвы «41»	
Наименование	**«41»**
Издатель (юридическое лицо)	ООО «Издательский дом «41»
Юридический/фактический адрес редакции	124482, Москва, Зеленоград, Центральный пр-т, д.1, оф. 242/124482, Москва, Зеленоград, корп. 339А, н. п. 1
Учредители	Префектура Зеленоградского административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с 44-ФЗ в 2021 и I-III кв. 2022 году с указанием объемов финансирования	Редакция не предоставила информацию
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	552/год
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	3 полосы при 16-полосном номере
Территория распространения СМИ	ЗелАО г. Москвы
Периодичность выхода СМИ	46 номеров в год
Тираж	77 360 экз.
Количество полос, цветность	12-16; 4+4
Руководитель редакции и его контакты	Главный редактор Сидорова Т.О. Тел.:+7 (499) 735-2271; (499) 735-84-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ТУ50-02255 от 10.09.2015
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 года	15%
Информация о типографии (название, контакты)	ООО «ВМГ-Принт», 127247, Москва, Дмитровское шоссе, 100
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост», юр. адрес: 127018, Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 18, п. 8, офис 422
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено

Параметры	Информация об издании
печатного СМИ в течение исследуемого периода	
3. Окружная газета Юго-Западного административного округа г. Москвы «Москва За Калужской заставой»	
Наименование	**«За Калужской заставой»**
Издатель (юридическое лицо)	АО «Аргументы и факты»
Юридический/фактический адрес редакции	101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д.42
Учредители	Префектура Юго-Западного административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с 44-ФЗ в 2021 и I-III кв. 2022 году с указанием объемов финансирования	Редакция не предоставила информацию
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	800 полос за 2022 год
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	0
Территория распространения СМИ	Юго-Западный административный округ города Москвы
Периодичность выхода СМИ	еженедельник
Тираж	407 400
Количество полос, цветность	16, 4+4
Руководитель редакции и его контакты	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна Тел.:+7 (916) 621-22-09, buravchikova@aif.ru
Номер свидетельства о регистрации СМИ	№ А - 0996 от 10.01.1997 г.

Параметры	Информация об издании
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 года	Редакция не предоставила информацию
Информация о типографии (название, контакты)	ООО «Типография «КомПресс-Москва», г. Химки, 141407, Нагорное ш., д.2, корп 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост», юр. адрес: 127018, Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 18, п. 8, офис 422
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
4.Окружная газета Центрального административного округа г. Москвы «Москва Центр»	
Наименование	**«Москва Центр»**
Издатель (юридическое лицо)	АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»
Юридический/фактический адрес редакции	127015, г. Москва, Бумажный проезд, д.14, стр. 2
Учредители	Префектура Центрального административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2020 г. и I-III кв. 2021 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году выпуск издания осуществляется по договору с АО. Сведения о финансировании СМИ не предоставляются
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	93%, 736 полос в год

Параметры	Информация об издании
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	7%, 52 полосы (реклама – план 2022 год)
Территория распространения СМИ	Центральный административный округ
Периодичность выхода СМИ	Еженедельно
Тираж	190 000 экз.
Количество полос, цветность	16, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Шеф-редактор Серова Е.В. Тел.:+7 (903) 100-49-93
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ТУ50–121 от 11 ноября 2008
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 и I-II кв.2022 года	2021 год – 31 полоса I-II кв. 2022 года – 9 полос
Информация о типографии (название, контакты)	АО «Прайм Принт Москва»; ОГРН 1025001199519, ИНН 5008030824; 141707, Московская область, г. Долгопрудный, Лихачевский проезд, 5В
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост»; ОГРН 5187746023735, ИНН 7728456137; 127018, Москва, ул. Складочная, д.1, стр.18, 422.
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
5. Окружная газета Южного административного округа г. Москвы «Южные горизонты»	
Наименование	**«Южные горизонты»**
Издатель (юридическое лицо)	АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» 127015, Москва, Бумажный пр-д, 14, стр. 2
Юридический/фактический адрес редакции	109147, Москва, Автозаводский проезд, д. 10

Параметры	Информация об издании
Учредители	Префектура Южного административного округа города Москвы. Автозаводский проезд, д. 10
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2020 г. и I-III кв. 2021 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году выпуск издания осуществляется по договору с АО. Сведения о финансировании СМИ не предоставляются.
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	93%, 736 полос в год
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	7%, 52 полосы (реклама – план 2022 год)
Территория распространения СМИ	Южный административный округ
Периодичность выхода СМИ	Еженедельно
Тираж	448 797 экз.
Количество полос, цветность	16, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Шеф-редактор Гладкова Марина Николаевна Тел.:+7 (903) 971-83-50
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № 77 -1881 от 10.03.2000
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 и I-II кв.2022 года	2021 год – 31 полоса I-II кв. 2022 года – 9 полос
Информация о типографии (название, контакты)	АО «Прайм Принт Москва»; ОГРН 1025001199519, ИНН 5008030824; 141707, Московская область, г. Долгопрудный, Лихачевский проезд, 5В
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост»; ОГРН 5187746023735, ИНН 7728456137; 127018, Москва, ул. Складочная, д.1, стр.18, 422.

Параметры	Информация об издании
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
6. Окружная газета Троицкого и Новомосковского административных округов г. Москвы «Новые округа»	
Наименование	**«Новые округа»**
Издатель (юридическое лицо)	АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва»
Юридический/фактический адрес редакции	127015 г. Москва, Бумажный проезд, д. 14, стр. 2
Учредители	Префектура ТиНАО
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2020 г. и I-III кв. 2021 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году выпуск издания осуществляется по договору с АО. Сведения о финансировании СМИ не предоставляются.
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	92%, 736 полос в год
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	8%, 60 полосы (реклама – план 2022 год)
Территория распространения СМИ	Троицкий и Новомосковский округа
Периодичность выхода СМИ	1 раз в неделю
Тираж	150 000 экз.
Количество полос, цветность	16, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Шеф-редактор Звегинцев Валентин Валерьевич Тел.:+7 (916) 0701257
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ТУ50–01498 от 19 сентября 2012
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2021 и I-II кв.2022 года	2021 год – 40 полос I-II кв. 2022 года – 16 полос

Параметры	Информация об издании
Информация о типографии (название, контакты)	АО «Прайм Принт Москва»; ОГРН 1025001199519, ИНН 5008030824; 141707, Московская область, г. Долгопрудный, Лихачевский проезд, 5В
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «ДиректПост»; ОГРН 5187746023735, ИНН 7728456137; 127018, Москва, ул. Складочная, д.1, стр.18, 422.
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
7. Окружная газета Северного административного округа г. Москвы «Север Столицы»	
Наименование	**«Север Столицы»**
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»
Юридический/фактический адрес редакции	117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Учредители	Префектура Северного административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2021	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти

Параметры	Информация об издании
г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств
Территория распространения СМИ	Северный административный округ
Периодичность выхода СМИ	46 выпусков за год
Тираж	352 800 экземпляров каждый выпуск
Количество полос, цветность	не менее 16 полос, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Главный редактор Манукина А.М. Тел.:+7 (495) 681-00-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ФС1-02014 от 06 декабря 2005 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	Не более 40 % от объема номера
Информация о типографии (название, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Типография КП-Москва», 141407, Московская область, г. Химки, Нагорное ш., д. 2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «Доставка газет» 127560, г. Москва, ул. Конёнкова, д.15, корп. 1, эт. 1, пом. II., комн. 4
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено

Параметры	Информация об издании
8. Окружная газета Северо-Восточного административного округа г. Москвы «Звездный бульвар»	
Наименование	**«Звездный бульвар»**
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»
Юридический/фактический адрес редакции	Юридический:117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Учредители	Общество с ограниченной ответственностью «РИЦ Северо-Восток»
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2021 г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств
Территория распространения СМИ	Северо-Восточный административный округ
Периодичность выхода СМИ	46 выпусков за год
Тираж	368 000 экземпляров каждый выпуск
Количество полос, цветность	не менее 16 полос, 4+4

Параметры	Информация об издании
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Главный редактор Мироненко Ю.А. Тел.:+7 (495) 681-00-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ФС1-02369 от 15 мая 2007 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	Не более 40% от объема номера
Информация о типографии (название, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Типография КП-Москва», 141407, Московская область, г. Химки, Нагорное ш., д. 2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «Доставка газет» 127560, г. Москва, ул. Конёнкова, д.15, корп. 1, эт. 1, пом. II., комн. 4
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
9. Окружная газета Восточного административного округа г. Москвы «Восточный округ»	
Наименование	**«Восточный округ»**
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»
Юридический/фактический адрес редакции	117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Учредители	Общество с ограниченной ответственностью «РИЦ Северо-Восток»

Параметры	Информация об издании
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2021 г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств
Территория распространения СМИ	Восточный административный округ
Периодичность выхода СМИ	46 выпусков за год
Тираж	420 000 экземпляров каждый выпуск
Количество полос, цветность	Не менее 16 полос, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Главный редактор Ильина Е.Ю. Тел.:+7 (495) 681-00-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ТУ50-01607 от 18 января 2013 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	Не более 40 % от объема номера
Информация о типографии (название, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Типография КП-Москва», 141407, Московская область, г. Химки, Нагорное ш., д. 2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «Доставка газет»

Параметры	Информация об издании
	127560, г. Москва, ул. Конёнкова, д.15, корп. 1, эт. 1, пом. II., комн. 4
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
10. Окружная газета Юго-Восточного административного округа г. Москвы «Юго-Восточный курьер»	
Наименование	**«Юго-Восточный курьер»**
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»
Юридический/фактический адрес редакции	Юридический:117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Учредители	Префектура Юго-Восточного административного округа г. Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2021 г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств

Параметры	Информация об издании
Территория распространения СМИ	Юго-Восточный административный округ
Периодичность выхода СМИ	46 выпусков за год
Тираж	360 000 экземпляров каждый выпуск
Количество полос, цветность	Не менее 16 полос, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Главный редактор Минаева О.В. Тел.:+7 (495) 681-00-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	А-0779 от 16 апреля 1999 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	Не более 40 % от объема номера
Информация о типографии (название, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Типография КП-Москва», 141407, Московская область, г. Химки, Нагорное ш., д. 2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	ООО «Доставка газет» 127560, г. Москва, ул. Конёнкова, д.15, корп. 1, эт. 1, пом. II., комн. 4
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено
11. Окружная газета Северо-Западного административного округа г. Москвы «Москва Северо-Запад»	
Наименование	**«Москва Северо-Запад»**
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»

Параметры	Информация об издании
Юридический/фактический адрес редакции	Адрес редакции: 117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Учредители	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2020 г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств
Территория распространения СМИ	Северо-Западный административный округ
Периодичность выхода СМИ	46 выпусков за год
Тираж	256 000 экземпляров каждый выпуск
Количество полос, цветность	Не менее 16 полос, 4+4
Контактные данные руководителя организации редакции СМИ (ФИО, телефон, факс, e-mail)	Главный редактор - Мироненко Ю.А. Тел.:+7 (495) 681-00-86
Номер свидетельства о регистрации СМИ	ПИ № ТУ 50-735 от 29 июля 2010 г.
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	Не более 40 % от объема номера

Параметры	Информация об издании
Информация о типографии (название, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Типография КП-Москва», 141407, Московская область, г. Химки, Нагорное ш., д. 2, корп. 9, пом. А
Информация о распространителях (названия, контакты)	Общество с ограниченной ответственностью «Доставка газет» 127560, г. Москва, ул. Конёнкова, д. 15, корп. 1, эт. 1, пом. II. комн. 4
Основные изменения в части макета, контента, коммуникации с читательской аудиторией, введения новых технологий и т.д., направленные на популяризацию печатного СМИ в течение исследуемого периода	Существенных изменений в технических характеристиках по сравнению с 2021 годом не отмечено

Районные газеты

Таблица 64. Районные газеты

Параметры	Информация об издании
1. Городская газета «Мой район. Москва» с 125-ю районными приложениями	
Наименование	**«Мой район. Москва»**
Издатель (юридическое лицо)	ООО «Медиагород»
Юридический/фактический адрес редакции	125315, г. Москва, ул. Часовая, д. 28, корп. 4, этаж 2, комн. 6х; 127287, ул.2-я Хуторская, д. 38А, стр. 15
Соучредители	ООО «МР-Пресса», ООО «Медиагород»
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	8500

Параметры	Информация об издании
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	96
Территория распространения СМИ	город Москва, 125 районов
Периодичность выхода СМИ	Раз в две недели
Тираж	Совокупный тираж – 7,5 млн экз.
Количество полос, цветность	4, 4+4
Руководитель редакции и его контакты	Шитикова Елена Маратовна, +7 (916) 6041131, em@schitikova.ru

Районные газеты ЗелАО

Учредитель

Общество с ограниченной ответственностью «Медиакомпания «Зеленоград сегодня»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор А.З. Кузнецов, 8-499-702-45-03

Наименование	Территория распространения	Тираж	Номер свидетельства о регистрации СМИ
«ЗЕЛЕНОГРАД СЕГОДНЯ»	Зеленоград	10 000 экз.	ПИ № ТУ 50 - 02578

Учредитель

ООО «Издательский дом «41»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор Т.О. Сидорова, 8-499-734-9490

Наименование	Территория распространения	Тираж	Номер свидетельства о регистрации СМИ
Рекламно-информационная газета Зеленограда «41 плюс»	Зеленоград	50 000 экз.	№ ФС1-02129 от 15.06.2006 г.

Районные газеты САО, СВАО, ВАО

Юридический/фактический адрес редакции	Адрес редакции: 117246, г. Москва, Научный проезд, дом 19, эт. 2, ком. 6Д, оф. 76/127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1
Издатель (юридическое лицо)	Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Звездный бульвар»
Сведения о финансировании СМИ органами государственной власти (местного самоуправления) по закупкам в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ в 2020 г. и I-III кв. 2022 г. с указанием объемов финансирования	В 2022 году СМИ не финансировалось органами государственной власти
Информация о типографии (название, контакты)	
Информация о распространителях (названия, контакты)	
Периодичность выхода СМИ	Один номер в год
Количество полос, выпускаемых за счет средств городского бюджета	0
Количество полос, выпускаемых за счет собственных средств	Издание выпускается за счет собственных средств
Количество полос, цветность	2, 1+1
Объем рекламы на страницах печатного издания за период 2020 и I-II кв.2022 года	В 2020 году СМИ не издавалось В 2021 году СМИ издавалось без рекламы В 2022 году СМИ не издавалось

Районные газеты Северного административного округа г. Москвы (всего 16)

Учредитель

Общество с ограниченной ответственностью «Единая Редакция»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор Ю.И. Невский, 8(495) 681-00-86

Наименование	**Территория распространения**	**Тираж**	**Номер свидетельства о регистрации СМИ**
«Север столицы – мой район Аэропорт»	район Аэропорт г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02744 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Беговой»	район Беговой г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02745 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Бескудниково»	район Бескудниковский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02746 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Войковский»	район, Войковский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02747 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Восточное Дегунино»	район Восточное Дегунино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02748 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Головинский»	район Головинский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02749 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Дмитровский»	район Дмитровский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02750 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Западное Дегунино»	район Западное Дегунино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02751 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Коптево»	район Коптево г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02752 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Левобережный»	район Левобережный г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02753 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Молжаниновский»	район Молжаниновский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02754 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Савеловский»	район Савеловский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02755 от 15.04.2019

«Север столицы – мой район Сокол»	район Сокол г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02756 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Тимирязевский»	район Тимирязевский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02757 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Ховрино»	район Ховрино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02758 от 15.04.2019
«Север столицы – мой район Хорошевский»	район Хорошевский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02759 от 15.04.2019

Районные газеты Северо-Восточного административного округа г. Москвы (всего 17)

Учредитель

ООО «РИЦ Северо-Восток»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор: Ю.А. Мироненко, 8(495) 681-00-86

Наименование	**Территория распространения**	**Тираж**	**Номер свидетельства о регистрации СМИ**
«Звездный бульвар – мой район Алексеевский»	район Алексеевский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02711 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Алтуфьевский»	район Алтуфьевский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02712 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Бабушкинский»	район Бабушкинский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02713 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Бибирево»	район Бибирево г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02714 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Бутырский»	район Бутырский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02715 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Лианозово»	район Лианозово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02716 от 15.04.2019

«Звездный бульвар – мой район Марфино»	район Марфино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02718 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Марьина роща»	район Марьина роща г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02719 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Лосиноостровский»	район Лосиноостровский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50-02717 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Останкинский»	район Останкинский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50-02720 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Отрадное»	район Отрадное г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02721 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Ростокино»	район Ростокино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50-02722 от 15.04.2019.
«Звездный бульвар – мой район Свиблово»	район Свиблово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50-02723 от 15.04.2019.
«Звездный бульвар – мой район Северное Медведково»	район Северное Медведково г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02724 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Северный»	район Северный г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02725 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Южное Медведково»	район Южное Медведково г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50-02726 от 15.04.2019
«Звездный бульвар – мой район Ярославский»	район Ярославский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02727 от 15.04.2019

Районные газеты Восточного административного округа г. Москвы (всего 16)

Учредитель

ООО «РИЦ Северо-Восток»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор Ю.И. Невский, 8(495) 681-00-86

Наименование	**Территория распространения**	**Тираж**	**Номер свидетельства о регистрации СМИ**
«Восточный округ – мой район Богородское»	район Богородское г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02728 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Вешняки»	район Вешняки г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02729 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Восточный»	район Восточный г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02731 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Восточное Измайлово»	район – Восточное Измайлово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02730 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Гольяново»	район Гольяново г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02732 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Ивановское»	район Ивановское г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02733 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Измайлово»	район Измайлово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02734 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Косино-Ухтомский»	район Косино-Ухтомский г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02735 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Метрогородок»	район Метрогородок г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02736 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Новогиреево»	район Новогиреево г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02737 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Новокосино»	район Новокосино г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02738 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Перово»	район Перово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02739 от 15.04.2019

«Восточный округ – мой район Преображенское»	район Преображенское г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02740 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Северное Измайлово»	район Северное Измайлово г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02741 от 15.04.2019
«Восточный округ – мой район Соколиная Гора»	район Соколиная Гора г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02742 от 15.04.2019 .
«Восточный округ – мой район Сокольники»	район Сокольники г. Москвы	100 экз.	ПИ № ТУ 50 – 02743 от 15.04.2019 .

Районные газеты Троицкого и Новомосковского административного округа (ТиНАО) г. Москвы

Учредитель и издатель:

Муниципальное бюджетное учреждение "Мосмедиа" (МБУ "Мосмедиа").

Руководитель редакции и его контакты

Директор и главный редактор: Постников Сергей Сергеевич, +7 (495) 841-90-16, 841-81-47

Наименование	**Территория распространения**	**Тираж**	**Номер свидетельства о регистрации СМИ**
«Московский сегодня»	Поселок Московский, ТиНАО	37 000	ПИ № ТУ 50 – 02059 от 13.08.2014

Учредитель:

Администрация г. о. Щербинка

Издатель:

МАУ «Редакция СМИ г.о. Щербинка»

Руководитель редакции и его контакты

Главный редактор: Соколов Петр Михайлович, +7 (495) 867-14-40; 8-915-263-66-48

Наименование	Территория распространения	Тираж	Номер свидетельства о регистрации СМИ
«Щербинский Вестникъ»	г.о. Щербинка	15 000	ПИ № 1 50105 от 23.03.2001

Основные проблемы московского рынка окружных и районных печатных СМИ, возможные пути их решения

В целом для рынка газет и журналов в ходе опроса ответственных лиц в редакциях были названы городские **проблемы**:

1. Инфляционные оценки, принятые для города в целом ДЭПРом, существенно ниже инфляционных оценок промышленной инфляции Минэкономразвия для страны. При ведении закупочной деятельности (экспертиза и пр.) в рамках 44-ФЗ и 223-Ф городские показатели не отражают реальные тенденции 2022 года в полиграфии.

2. Процедуры торгов на печать, предусмотренные в ЕАИСТ, нуждаются в доработках.

3. Отток кадров, вызванный крайне низкими зарплатами на фоне скудного финансирования в последние три года. Специалисты уходят в другие СМИ, где финансирование позволяет платить людям больше. Журналистов переманивают в том числе и органы исполнительной власти, в том числе пресс-службы московских департаментов.

4. Объем финансирования не индексируется уже третий год — на фоне скачка инфляции. Цены типографий поднялись на 20%, резко выросли накладные, транспортные расходы.

5. Сократился рекламный рынок.

6. В январе-феврале из-за неразберихи с заключением контрактов издательство не получало финансирование (при сохранении штата), что принесло колоссальные убытки.

Предложения:

1. Разрешить инициаторам закупок, работающим по 44-ФЗ и 223-ФЗ, использовать для расчетов НМЦД федеральные данные Минэкономразвития по уровню инфляции для товаров, работ и услуг, по которым не установлены показатели на уровне субъектов РФ. В частности, это касается полиграфической отрасли, распространения периодических изданий, услуг подписки, услуг курьерских служб и услуг доставки грузов.

2. Проложить доработку процедур закупки, в частности, лучше дифференцировать различные виды печати - печать газет, печать журналов, печать продукции малой полиграфии, печать книг, печать плакатов, печать этикеток и пр. Для каждого вида печати дорабатывать свои комплекты необходимых конкурсных документов и параметров технического задания.

4. Электронные версии окружных и районных изданий города Москвы, динамики его изменения в течение исследуемого периода

Электронные СМИ есть в каждом округе. Крупные издатели выпускают пулы электронных газет (АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» — в округах ЦАО, ТиНАО, ЮАО; ООО «Издательский дом «Звездный бульвар» — ВАО, СВАО, САО, СЗАО, ЮВАО; АО «Аргументы и факты» — ЗАО, ЮЗАО) и ООО «Интеликом» издает Электронную окружную газету Зеленоградского административного округа ZELAO.RU).

- существенных технологических изменений среди окружных интернет-ресурсов не выявлено;
- по всем интернет-ресурсам произошло увеличение количества пользователей до уровня 2020 года, что говорит о повышении интереса среди жителей города;
- безусловным лидером по посещаемости признан интернет-ресурс «Южные горизонты» (рост в 3 раза, 15 место по рейтингу ДИТ);

Таблица 65. Электронные версии окружных и районных изданий ВАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «Восточный округ Онлайн» http://www.newsvostok.ru	ЭЛ № ФС77-56245 от 28.11.2013/**есть**	Общество с ограниченной ответственностью «РИЦ Северо-Восток»	Главный редактор Денисенкова Виолетта Сергеевна 495-681-33-28	В соответствии с законодательством не более 40 %	7 000/210 000	Дизайн сдержанный, удобный для восприятия. Достаточно удобный рубрикатор,

			pochta@newsvostok.ru	Фактический объем рекламы – 5 %		интегрированные соц.сети как в форме кнопок, так и в виде выведенных окон сети, форма общения с посетителями: возможность задать вопрос, оставить комментарий. Есть интеграция с форумом. В этом году был открыт телеграм-канал издания, где ежедневно публикуются эксклюзивные окружные новости. Он пользуется большой популярностью среди читателей.
«Богородские Ведомости» – http://bogorodskoe.vaonews.ru/	ЭЛ № ФС77-59759 от 07.11.2014/**есть**	Управа района Богородское города Москвы	Главный редактор Ломжева Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	1 941/ 58 239	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров,

			nlomzheva@zbulvar.ru			взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
Газета «Вешняки» http://veshnyaki.vaonews.ru/	ЭЛ № ФС77-60112 от 10.12.2014/**есть**	Управа района Вешняки	Главный редактор Сурмава Кристина Бадриевна +7 (495) 681-00-86 ksurmava@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 923/ 57 700	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы)..
«Восточное Измайлово» http://v-izm.vaonews.ru/	ЭЛ № ФС77-59997 от 21.11.2014/**есть**	Управа района Восточное Измайлово города Москвы	Главный редактор Саблина Анна Константиновна +7 (495) 681-00-86 asablina@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 923/ 57 704	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Наш район Восточный» *http://vostok.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-59901от 17.11.2014/**есть**	Управа района Восточный города Москвы	Главный редактор Саблина Анна Константиновна +7 (495) 681-00-86 *asablina@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 906/ 57 167	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Гольяново» *http://golyanovo.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-61080 от 19.11.2015/**есть**	Управа района Гольяново города Москвы	Главный редактор Антонов Кирилл Владиславович +7 (495) 681-00-86 *kantonov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 922/ 57 679	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Ивановское. День за днем» *http://ivanovskoe.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-59791 от 17.11.2014/**есть**	Управа района Ивановское города Москвы	Главный редактор Сурмава Кристина Бадриевна +7 (495) 681-00-86 *ksurmava@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 922/ 57 667	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Измайлово» *http://izmaylowo.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-59788 от 07.11.2014/**есть**	Управа района Измайлово города Москвы	Главный редактор Саблина Анна Константиновна +7 (495) 681-00-86 *asablina@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 944/ 58 307	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Косино-Ухтомский информационный вестник» *http://kosino-uhtomski.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-59847 от 17.11.2014/**есть**	Управа района Косино-Ухтомский города Москвы	Главный редактор Романовский Сергей Александрович +7 (495) 681-00-86 *sromanovskiy@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 867/ 56 007	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Вести Метрогородка» *http://metrogorodok.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-60033 от 21.11.2014/**есть**	Управа района Метрогородок города Москвы	Главный редактор Романовский Сергей Александрович +7 (495) 681-00-86 *sromanovskiy@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 878/56 333	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Мой район – Новогиреево» *http://novogireevo.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-60417 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Новогиреево города Москвы	Главный редактор Ломжева Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *nlomzheva@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 891/ 56 718	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Новокосино. Вестник района» *http://novokosino.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-59854 от 17.11.2014/**есть**	Управа района Новокосино города Москвы	Главный редактор Романовский Сергей Александрович +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	1 925/ 57 750	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

			sromanovskiy@zbulvar.ru			читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Перово. События и люди» http://perovo.vaonews.ru/	ЭЛ № ФС77-60756 от 11.02.2015/**есть**	Управа района Перово города Москвы	Главный редактор Романовский Сергей Александрович +7 (495) 681-00-86 sromanovskiy@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 922/ 57 660	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Преображенка для вас» http://preobr.vaonews.ru/	ЭЛ № ФС77-59357 от 18.09.2014/**есть**	Управа района Преображенское города Москвы	Главный редактор Ломжева Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 nlomzheva@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 921/ 57 618	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Район Северное Измайлово» *http://sevizm.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-60339 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Северное Измайлово города Москвы	Главный редактор Антонов Кирилл Владиславович +7 (495) 681-00-86 *kantonov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 914/ 57 412	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Взгляд с Соколиной горы» *http://sokolinka.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60445 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Соколиная гора города Москвы	Главный редактор Антонов Кирилл Владиславович +7 (495) 681-00-86 *kantonov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 963/ 58 903	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Будни Сокольников» *http://sokolniki.vaonews.ru/*	ЭЛ № ФС77-60403 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Сокольники города Москвы	Главный редактор Антонов Кирилл Владиславович +7 (495) 681-00-86 *kantonov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 900/ 56 997	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

Таблица 66. Электронные версии окружных и районных изданий ЗАО

Окружные Электронные СМИ						
Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «На Западе Москвы» *http://na-zapade-mos.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60883 от 02.03.2015/**есть**	Префектура ЗАО г. Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	1 942/ 58 275	Сайт использует удобный и понятный интерфейс, работает на языке программирования PHP и базе данных MySQL. Современный адаптивный дизайн, современная разметка HTML5,

						каскадные таблицы стилей третьего поколения CSS3, push-уведомления, SSL сертификат. Обратная связь с читателями: опросы. Интеграция с соц. сетями. Есть версии для мобильных устройств: сайт автоматически адаптируется под любое моб. устройство.
«На западе Москвы – Кунцево» *http://kuntsevo-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60577 от 20.01.2015/**есть**	Управа района Кунцево города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 ***buravchikova@aif.ru***	Реклама не размещается	180/ 5 400	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На западе Москвы – Можайский» *http://mozhaiskiy-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60683 от 29.01.2015/**есть**	Управа Можайского	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна	Реклама не размещается	246/ 7 381	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями.

		района города Москвы	+7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru			Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На западе Москвы – Очаково-Матвеевское» *http://ochakovo-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60651 от 29.01.2015/**есть**	Управа района Очаково – Матвеевское города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	387/ 11 600	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На западе Москвы – Солнцево» *http://solntsevo-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60550 от 20.01.2015/**есть**	Управа района Солнцево города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	241/ 7 240	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Филевский парк» *http://upravafilipark.ru*	ЭЛ № ФС77-60579 от 20.01.2015/**есть**	Управа района Филевский парк города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	287/ 8 622	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.

«На Западе Москвы – Проспект Вернадского» *http://upravavernadskogo.ru/*	ЭЛ № ФС77-60686 от 29.01.2015/**есть**	Управа района Проспект Вернадского города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	474/ 14 222	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Ново-Переделкино» *http://upravanp.ru/*	ЭЛ № ФС77-60752 от 11.02.2015/**есть**	Управа района Ново-Переделкино города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	89/ 2 679	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Фили-Давыдково» *http://gazetafilidavidkovo.ru/*	ЭЛ № ФС77-60558 от 20.01.2015/**есть**	Управа района Фили-Давыдково города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	129/ 3 885	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Дорогомилово» *http://upravadorogomilovo.ru/*	ЭЛ № ФС77-60675 от 29.01.2015/**есть**	Управа района Дорогомилово города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна	Реклама не размещается	176/ 5 272	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во

			+7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru			многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Раменки» http://ramenki-gazeta.ru/	ЭЛ № ФС77-60676 от 29.01.2015/**есть**	Управа района Раменки города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	373/ 11 189	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы - Крылатское» http://gazeta.krl-uprava.ru/	ЭЛ № ФС77-61312 от 03.04.2015/**есть**	Управа района Крылатское города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	109/ 3 274	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«На Западе Москвы – Внуково» http://vnukovo-gazeta.ru/	ЭЛ № ФС77-60701 от 29.01.2015/**есть**	Управа района Внуково города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	228/ 6 838	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.

«На Западе Москвы. Тропарево-Никулино» *http://troparevo-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-61159 ОТ 30.03.2015/есть	Управа района Тропарево-Никулино города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	244/ 7 327	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.

Таблица 67. Электронные версии окружных и районных изданий ЗелАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/ наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
«Зеленоград сегодня» *https://zelenograd-news.ru*	ЭЛ № ФС77-76259 от 12.07.2019/**есть**	ООО «Медиакомпания «Зеленоград сегодня»	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович (499) 702-45-03 *info@zelenograd-news.ru*	Нет	1000/30 000	Доступный интерфейс. Интегрированы популярные соц. сети. Есть форма обратной связи с читателями, проводятся опросы. Пользователи сайта могут воспользоваться различными

						способами подписки на новости, в том числе на sms-ленты. Доступны мобильные приложения.
Издательский дом «41» *https://id41.ru/*	ЭЛ № ФС77-73814 от 28.08.2018/**есть**	Сидорова Татьяна Октябрьевна	Главный редактор Сидорова Татьяна Октябрьевна, +7 499 735-22-71 news@id41.ru	25%	400/9000	Интерфейс доступный, есть интеграция с соцсетями, публикуются новости, объявления о работе, продаже, поздравления
Окружная Электронная газета ЗелАО города Москвы zelao.ru *https://www.zelao.ru/*	ЭЛ №ФС 77-67302 от 30.09.2016/**есть**	Префектура Зеленоградского административного округа города Москвы	Главный редактор Ларина Юлия Борисовна 8-499-735-2271; zelao@mos.ru	Нет	1134/25 000	Доступный интерфейс. Интегрированы популярные соц. сети. Есть форма обратной связи с читателями, проводятся опросы. Пользователи сайта могут воспользоваться различными способами

						подписки на новости, в том числе на sms-ленты. Доступны мобильные приложения.
«Наше Силино» *http://nashesilino.ru/*	ЭЛ № ФС77-67728 от 28.11.2016/**есть**	Управа района Силино Зеленоградского АО г. Москвы	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович 8-985-997-33-00 ***anatoly@zelenograd-news.ru***	Нет	1213/36416	Доступный интерфейс. Интеграция с соц. сетями. Наличие обратной связи. Рубрика Вопрос-Ответ.
«Газета «Савелки города Москвы» *http://gazeta-savelki.ru/*	ЭЛ № ФС77 – 67729 от 17.11.2016/**есть**	Управа района Савелки Зеленоградского АО г. Москвы	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович 8-985-997-33-00, ***anatoly@zelenograd-news.ru***	Нет	2812/33750	Удобный интерфейс с рубрикацией. Интеграция с соц. сетями. Рубрика вопрос-ответ: наиболее актуальные вопросы жителей района Савелки и ответы руководства ЗелАО.

«Крюковские ведомости» *http://krukovo-vedomosti.ru/*	ЭЛ № ФС77-67726 от 17.11.2016/**есть**	Управа района Крюково Зеленоградского АО г. Москвы	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович 8-985-997-33-00, *ana-toly@zelenograd-news.ru*	Нет	720/21618	Удобный интерфейс. Сайт интегрирован с соц. сетями, есть строка поиска, установлена вопросно-ответная форма.
«Вести Матушкино» *http://vesti-matushkino.ru/*	ЭЛ № ФС77 – 62795 от 18.08.2015/**есть**	Управа района Матушкино Зеленоградского АО г. Москвы	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович 8-985-997-33-00, *ana-toly@zelenograd-news.ru*	Нет	1252/37583	Удобный интерфейс. Интеграция с соц. сетями. Читатели могут оставить комментарий как на социальной странице, так и на сайте. Наличие обратной связи. Рубрика Вопрос-Ответ.
«Старое Крюково» *http://staroekrukovo.ru/*	ЭЛ № ФС77 – 62650 от 10.08.2015/**есть**	Управа района Старое Крюково Зеленоградского АО г.Москвы	Генеральный директор Кузнецов Анатолий Закирович 8-985-997-33-00, *ana-toly@zelenograd-news.ru*	Нет	472/14187	Интеграция с соц. сетями. Читатели могут оставить комментарий как на социальной странице, так и на сайте. Рубрика вопрос-ответ.

Таблица 68. Электронные версии окружных и районных изданий САО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «Север Столицы» *https://severstolici.ru/*	ЭЛ № ФС77-60957 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Сорокин Дмитрий Игоревич +7 (495) 681-00-86 *pochta@severstolici.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	7 472/224 167	Современный модульный дизайн, информация представлена наглядно, удобно для пользователя. Интуитивный интерфейс. Интегрирован с соц. сетями, установлены счетчики, присутствует вопросно-ответная форма. В соц. сети выводится каждая публикация. Есть обмен ссылками с другими

						ресурсами. Добавлены в новостные агрегаторы и каталоги. В этом году был открыт телеграм-канал издания, где ежедневно публикуются эксклюзивные окружные новости. Он пользуется большой популярностью среди читателей.
«Петровскй парк» *http://petrovskipark.ru/*	ЭЛ № ФС77-60950 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Шальнова Алла Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *ashalnova@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 027/60 822	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Ямское поле» *http://yamskoyepole.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 60956 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Лебедева Дарья Игоревна +7 (495) 681-00-86 *andelyta@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 030/60 919	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Наше Бескудниково» *http://nashebeskudnikovo.ru/*	ЭЛ № ФС77-60945 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Шальнова Алла Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *aafanasyeva@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 917/57 500	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Районная неделя» *http://rayonnaya-nedelya.ru/*	ЭЛ № ФС77-60946 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Боровкова Елена Геннадьевна +7 (495) 681-00-86 *eborovkova@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 896/56 889	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Дегунинские вести» *http://deguninskievesti.ru/*	ЭЛ № ФС77-60954 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Соколова Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *natali.moscownews@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 004/60 128	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Головинские вести» *http://golovinskievesti.ru/*	ЭЛ № ФС77-60952 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Сорокина Виктория Андреевна +7 (495) 681-00-86 *panda1909@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 925/57 750	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Дмитровец» *http://dmitrovets.ru/*	ЭЛ № ФС77-60953 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Соколова Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *natali.moscownews@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 980/59 421	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Западное Дегунино» *http://zap-degunino.ru/*	ЭЛ № ФС77-60953 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Соколова Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *natali.moscownews@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 010/60 319	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Коптево» *http://gazetakoptevo.ru/*	ЭЛ № ФС77-60951 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Сорокина Виктория Андреевна +7 (495) 681-00-86 *panda1909@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 964/58 917	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Левый Берег» *http://leviy-bereg.ru/*	ЭЛ № ФС77-60933 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Сорокина Виктория Андреевна +7 (495) 681-00-86 *panda1909@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 027/60 807	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Молжаниновские вести» *http://molzhaninovskievesti.ru/*	ЭЛ № ФС77-60948 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Лебедева Дарья Игоревна +7 (495) 681-00-86 *andelyta@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 123/63 704	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Сокол» *http://sokolgazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60959 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Боровкова Елена Геннадьевна +7 (495) 681-00-86 *eborovkova@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 038/61 143	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Савеловский посад» *http://savelovskiyposad.ru/*	ЭЛ № ФС77-60917 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Шальнова Алла Алексеевна +7 (495) 681-00-86 *aafanasyeva@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 003/60 080	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Разумовский вестник» *http://razumovskiyvestnik.ru/*	ЭЛ № ФС77-60947 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Соколова Наталья Алексеевна +7 (495) 681-00-86 ***natali.moscownews@yandex.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	1 996/59 867	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Хорошевка» *http://horoshevka-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60955 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Лебедева Дарья Игоревна +7 (495) 681-00-86 *andelyta@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 040/61 185	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Наше Ховрино» *http://nashehovrino.ru/*	ЭЛ № ФС77-60949 от 19.03.2015/**есть**	Префектура Северного административного округа города Москвы	Главный редактор Сорокина Виктория Андреевна +7 (495) 681-00-86 *panda1909@yandex.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 075/62 259	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

Таблица 69. Электронные версии окружных и районных изданий СВАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «Звездный бульвар – интернет портал» http://www.zbulvar.ru	ЭЛ № ФС77-37542 от 17.09.2009/**есть**	Общество с ограниченной ответственностью «РИЦ Северо-Восток»	Главный редактор Дойников Дмитрий Владимирович +7 (495) 681-00-86 Электронный адрес редакции: ***pochta@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	7 472/224 167	Дизайн достаточно сдержанный, соотносится с дизайном районных изданий, входящих в группу. Достаточно удобный рубрикатор, интегрированные соц.сети как в форме кнопок, так и в виде выведенных окон сети, форма общения с посетителями: возможность

						задать вопрос, оставить комментарий. Есть интеграция с форумом. В этом году был открыт телеграм-канал издания, где ежедневно публикуются эксклюзивные окружные новости. Он пользуется большой популярностью среди читателей.
«Алексеевский вестник. Интернет-портал» *http://gazeta-alekseevsky.ru/*	ЭЛ № ФС77-61602 от 30.04.2015/**есть**	Управа Алексеевского района города Москвы	Главный редактор Сафронов Максим Олегович +7 (495) 681-00-86 ***msafronov@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	1 946/58 374	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Алтуфьево. Интернет-портал» http://gazeta-altufievo.ru/	ЭЛ № ФС 77 – 60148 от 21.11.2014/**есть**	Управа Алтуфьевского района города Москвы	Главный редактор Шаталина Юлия Викторовна +7 (495) 681-00-86 *shatalinau@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 953/58 583	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Вестник Бабушкинского района. Интернет-портал» *http://gazeta-babushkinsky.ru/*	ЭЛ № ФС77-58782 от 28.07.2014/**есть**	Управа Бабушкинского района города Москвы	Главный редактор Сафронов Максим Олегович +7 (495) 681-00-86 *msafronov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 858/55 750	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«GAZETA-BIBIREVO.RU» *http://gazeta-bibirevo.ru/*	ЭЛ № ФС77-58973 от 11.08.2014/**есть**	Управа района Бибирево города Москвы	Главный редактор Алёшин Иван Константинович +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	2 011/60 333	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных

			ialeshyn@zbulvar.ru			ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Бутырские новости. Интернет-портал» http://gazeta-butyrsky.ru/	ЭЛ № ФС77-59276 от 04.09.2014/**есть**	Управа Бутырского района города Москвы	Главный редактор Фоменко Анастасия Васильевна +7 (495) 681-00-86 afomenko@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 919/57 559	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Мое Лианозово. Интернет-портал» http://gazeta-lianozovo.ru/	ЭЛ № ФС77-58995 от 11.08.**2014/есть**	Управа района Лианозова города Москвы	Главный редактор Алёшин Иван Константинович +7 (495) 681-00-86 ialeshyn@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 956/58 667	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность

						задать вопрос на сайте, опросы).
«Наша Лосинка. Интернет-портал» *http://gazeta-losinka.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60394 от 29.12.2014/**есть**	Управа Лосиноостровского района города Москвы	Главный редактор Колтун Александра Владимировна +7 (495) 681-00-86 ***akoltun@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	2 069/62 083	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Марфино. Интернет-портал» *http://gazeta-marfino.ru/*	ЭЛ № ФС77-58604 от 14.07.2014/**есть**	Государственное учреждение Управа района Марфино г. Москвы	Главный редактор Фоменко Анастасия Васильевна +7 (495) 681-00-86 ***afomenko@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	1 922/57 667	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Марьина Роща. Интернет-портал» *http://gazeta-marina-roscha.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60372 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Марьина роща города Москвы	Главный редактор Колтун Александра Владимировна +7 (495) 681-00-86 *akoltun@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 903/57 083	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Останкино. Интернет-портал» *http://gazeta-ostankino.ru/*	ЭЛ № ФС77-58587 от 14.07.2014/**есть**	Государственное учреждение Управа Останкинского района города Москвы	Главный редактор Колтун Александра Владимировна +7 (495) 681-00-86 *akoltun@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 011/60 344	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы)..
«Наше Отрадное. Интернет-портал» *http://gazeta-otradnoe.ru/*	ЭЛ № ФС77-58867 от 28.07.2014/**есть**	Управа района «Отрадное» города Москвы	Главный редактор Фоменко Анастасия Васильевна +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	2 135/64 061	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных

			afomenko@zbulvar.ru			ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Ростокинская панорама» http://gazeta-rostokino.ru/	ЭЛ № ФС77-59035 от 18.08.2014/**есть**	Управа района Ростокина города Москвы	Главный редактор Калинин Анатолий Александрович +7 (495) 681-00-86 anatoly.a.kalinin@gmail.com	Фактический объем рекламы – 5 %	2 029/60 866	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Свиблово. Интернет-портал» http://gazeta-sviblovo.ru/	ЭЛ № ФС77-58612 от 14.07.2014/**есть**	Государственное учреждение Управа района Свиблово города Москвы	Главный редактор Шаталина Юлия Викторовна +7 (495) 681-00-86 shatalinau@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	2 078/62 330	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность

						задать вопрос на сайте, опросы).
«Медведково. Интернет-портал» *http://gazeta-medvedkovo-juzhnoe.ru/*	ЭЛ № ФС77-58996 от 11.082014/**есть**	Управа района Южное Медведково города Москвы	Главный редактор Сафронов Максим Олегович +7 (495) 681-00-86 *msafronov@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 044/61 306	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Северный вестник» *http://gazeta-severny.ru/*	ЭЛ № ФС77-58672 от 21.07.2014/**есть**	Управа района Северный города Москвы	Главный редактор Алёшин Иван Константинович +7 (495) 681-00-86 *ialeshyn@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 090/62 705	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Вестник Северное Медведково. Интернет-портал» *http://gazeta-smedvedkovo.ru/*	ЭЛ № ФС77-58584 от 14.072014/**есть**	Государственное учреждение Управа района «Северное Медведково» города Москвы	Главный редактор Шаталина Юлия Викторовна +7 (495) 681-00-86 ***shatalinau@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	2 061/61 838	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
Ярославский вестник. Интернет-портал» *http://gazeta-yaroslavsky.ru/*	ЭЛ № ФС77-58968 от 11.08.2014/**есть**	Управа Ярославского района города Москвы	Главный редактор Сафронов Максим Олегович +7 (495) 681-00-86 ***msafronov@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	2 047/61 417	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

Таблица 70. Электронные версии окружных и районных изданий СЗАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты **«Сетевое издание окружной газеты «Москва. Северо-Запад»** *http://www.szaopressa.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60657от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Королькова Юлия Викторовна +7 (495) 681-00-86 *pochta@szaopressa.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	6 389/191 667	Простой и удобный дизайн. Легко перемещаться по сайту и искать необходимую информацию. Интегрирован с соц. сетями, установлены счетчики, присутствует вопросно-ответная форма. В соц. сети выводится каждая публикация. Есть обмен ссылками с другими ресурсами. Добавлены в новостные агрегаторы и

						каталоги. В этом году был открыт телеграм-канал издания, где ежедневно публикуются эксклюзивные окружные новости. Он пользуется большой популярностью среди читателей.
«Сетевое издание районной газеты «Митинский экспресс» – *http://mitinskiyehkspress.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60659 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Боровкова Елена Геннадьевна +7 (495) 681-00-86 *eborovkova@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 092/ 75 833	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Куркино» – *http://gazeta-kurkino.info/*	ЭЛ № ФС 77 – 60658 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Лакатуш Мария Артуровна +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	2 528/75 833	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров,

			M.lakatush@zbulvar.ru			взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Наше Северное Тушино» *http://nashe-severnoetushino.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60653 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Ульянов Олег Юрьевич +7 (495) 681-00-86 helqi2395@gmail.com	Фактический объем рекламы – 5 %	2 119/63 583	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Покровское-Стрешнево» *http://gazeta-pokrovskoe-streshnevo.info/*	ЭЛ № ФС 77 – 60660 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Ульянов Олег Юрьевич +7 (495) 681-00-86 helqi2395@gmail.com	803	2 060/61 803	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

«Сетевое издание районной газеты «Районный масштаб» *http://rayonnyimasshtab.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60652 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Лакатуш Мария Артуровна +7 (495) 681-00-86 ***M.lakatush@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	2 014/60 413	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Строгинские вести» *http://stroginskievesti.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60654 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Ульянов Олег Юрьевич +7 (495) 681-00-86 ***helgi2395@gmail.com***	Фактический объем рекламы – 5 %	1 942/58 250	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Хорошево-Мневники» *http://gazeta-horoshevo-mnevniki.info/*	ЭЛ № ФС 77 – 60656 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Лакатуш Мария Артуровна +7 (495) 681-00-86 ***M.lakatush@zbulvar.ru***	Фактический объем рекламы – 5 %	2 104/63 109	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

						читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Сетевое издание районной газеты «Южное Тушино» *http://gazeta-uzhnoe-tushino.info/*	ЭЛ № ФС 77 – 60655 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Северо-Западного административного округа города Москвы	Главный редактор Ульянов Олег Юрьевич +7 (495) 681-00-86 *helqi2395@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 037/61 104	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

Таблица 71. Электронные версии окружных и районных изданий ТиНАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.

Сайт окружной газеты «Новые округа» *http://newokruga.ru/*	**нет/нет**	Префектура Троицкого и Новомосковского административных округов	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	3910/98620	Доступный интерфейс. Есть форма обратной связи с читателями, проводятся опросы. Есть рубрика вопрос-ответ, где читатели могут оставить свой вопрос.
Районные Электронные СМИ						
Интернет-газета ochevidets.info *http://ochevidets.info/*	ЭЛ № ФС77-62567/**нет**	МАУ «Редакция средств массовой информации городского округа Щербинка»	Главный редактор Соколов Петр Михайлович +7 (495) 867 1440 *scherbvestnik@mail.ru*	нет	400/12000	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK, Телеграм), наличие полезных ссылок и баннеров.
Интернет-портал «Московский сегодня» *http://moskovsky-today.ru*	ЭЛ № ФС 77 - 72229 от 01.02.2018/**нет**	МБУ "Мосмедиа"	Главный редактор Постников Сергей Сергеевич +7 (495) 84-90-16 *mostoday@bk.ru*		300/10000	Интегрирована социальная сеть ВКонтакте.

Таблица 72. Электронные версии окружных и районных изданий ЦАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.

Сайт окружной газеты «Москва-Центр» *https://caoinform.moscow/*	ЭЛ № ФС 77 - 73376 от 10.08.2018/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	Нет	5240/151218	**Сайт окружной газеты «Москва-Центр»** https://caoinform.moscow/
«Арбатские Вести» *https://arbat.caoinform.ru*	ЭЛ № ФС 77-60690 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	Нет	87/3310	**«Арбатские Вести»** arbat.caoinform.ru
«Басманные Вести» *https://basmanny.caoinform.ru*	ЭЛ № ФС 77 – 60697 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	Нет	90/3490	**«Басманные Вести»** basmanny.caoinform.ru
«Замоскворечье» *https://zamoskvorech.caoinform.ru*	ЭЛ № ФС 77 – 60689 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	Нет	62/2980	**«Замоскворечье»** zamoskvorech.caoinform.ru
«Красное село» *https://krasnosel.caoinform.ru*	ЭЛ № ФС 77 – 60692 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	Нет	50/1960	**«Красное село»** krasnosel.caoinform.ru
«Мещанская Слобода» *https://meshanskiy.caoinform.ru*	ЭЛ № ФС 77 – 60691 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна	Нет	48/1890	**«Мещанская Слобода»** meshanskiy.caoinform.ru

		о округа города Москвы	8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru			
«На Пресне» https://presnenskiy.caoinform.ru	ЭЛ № ФС 77 – 60694 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	Нет	123/7343	**«На Пресне»** presnenskiy.caoinform.ru
«Вести Таганки» https://taganskiy.caoinform.ru	ЭЛ № ФС 77 – 60693 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	Нет	40/1780	**«Вести Таганки»** taganskiy.caoinform.ru
«Каретный Ряд» https://tverskoy.caoinform.ru	ЭЛ № ФС 77 – 60688 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	Нет	98/2920	**«Каретный Ряд»** tverskoy.caoinform.ru
«Хамовники» https://hamovniki.caoinform.ru	ЭЛ № ФС 77 – 60696 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	Нет	46/2020	**«Хамовники»** hamovniki.caoinform.ru
«Якиманка. Вчера, сегодня, завтра» https://yakimanka.caoinform.ru	ЭЛ № ФС 77 – 60687 от 29.01.2015/**есть**	Префектура Центрального административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	Нет	83/2120	**«Якиманка. Вчера, сегодня, завтра»** yakimanka.caoinform.ru

Таблица 73. Электронные версии окружных и районных изданий ЮАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты **«Южные Горизонты»** *www.ugorizont.ru*	ЭЛ № ФС 77 – 61713 от 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	7820/139518	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Бирюлево Восточное» *http://gazeta-birulevo-vostochnoe.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61695 07.05.2015/**нет**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	312/7720	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Обозрение. Бирюлево Западное» *http://gazeta-obozrenie-birulevo-zapadnoe.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61698 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	83/2190	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Братеево»	ЭЛ № ФС 77 - 61694	Префектура Южного	Главный редактор	нет	96/2990	Доступный интерфейс, есть форма обратной

http://gazeta-brateevo.ru/	07.05.2015/**есть**	административного округа города Москвы	Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru			связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Даниловский Вестник» http://gazeta-danilovsky-vestnik.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61656 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	140/2130	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Мой район Донской» http://gazeta-moy-rayon-donskoy.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61658 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	111/3720	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Новости. Зябликово» http://gazeta-novosti-zyablikovo.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61657 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	261/5920	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Нагатино-Садовники» http://gazeta-nagatino-sadovniki.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61653 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	120/3680	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).

«Наше Москворечье-Сабурово» *http://gazeta-nashe-moskvoreche-saburovo.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61654 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	161/2930	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Нагатинский затон» *http://gazeta-nagatinsky-zaton.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61697 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	145/4220	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«На Варшавке. Нагорный» *http://gazeta-na-varshavke-nagorny.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61716 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	112/3112	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Борисовские пруды» *http://gazeta-borisovskie-prudi.ru/*	ЭЛ № ФС 77 - 61717 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 *y.udovenko@vm.ru*	нет	123/3233	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Орехово-Борисово Южное»	ЭЛ № ФС 77 - 61718 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна	нет	96/2196	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с

http://gazeta-orehovo-borisovo-juzhnoe.ru/		округа города Москвы	8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru			читателями (комментарии, опросы).
«Царицынский вестник» http://gazeta-tsaricinsky-vestnik.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61714 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	150/3820	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«На Варшавке. Чертаново Северное» http://gazeta-na-varshavke-chertanovo-severnoe.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61696 07.05.2015/**нет**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	101/3100	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«На Варшавке. Чертаново Центральное» http://gazeta-na-varshavke-chertanovocentr.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61655 07.05.2015/**есть**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	200/3996	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).
«Чертаново Южное» http://gazeta-chertanovo-juzhnoe.ru/	ЭЛ № ФС 77 - 61715 07.05.2015/**нет**	Префектура Южного административного округа города Москвы	Главный редактор Удовенко Яна Алексеевна 8 (499) 557-04-24 д. 211 y.udovenko@vm.ru	нет	140/2941	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Есть интерактив с читателями (комментарии, опросы).

Таблица 74. Электронные версии окружных и районных изданий ЮВАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «**Электронная газета «Юго-Восточный курьер»** *http://uv-kurier.ru/*	ЭЛ № ФС77-44676 от 21.04.2011/**есть**	Префектура Юго-Восточного административного округа города Москвы	Главный редактор Саратовцева Евгения Владимировна +7 (495) 681-00-86 *uvkurier@mail.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	8 028/240 833	Доступный интерфейс. Дизайн достаточно стильный, приятный для восприятия. Интегрированные соц.сети как в форме кнопок, так и в виде выведенных окон сети, форма общения с посетителями: возможность задать вопрос, оставить комментарий. Есть интеграция с форумом. В этом году был открыт телеграм-канал издания, где ежедневно публикуются эксклюзивные окружные новости. Он пользуется большой

						популярностью среди читателей.
«Интернет-газета района Кузьминки «Кузьминки» *http://gazeta-kuzminki.ru/*	ЭЛ № ФС77-60398 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Кузьминки города Москвы	Главный редактор Румянцев Кирилл Юрьевич +7 (495) 681-00-86 *krumyancev@zbulvar.ru*	Фактический объем рекламы – 5 %	2 146/64 387	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет–газета Нижегородский район» *http://nizh-gazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60390 от 29.12.2014/**есть**	Управа Нижегородского района города Москвы	Главный редактор Дементьева Нина Александровна +7 (495) 681-00-86 *deenny247@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 986/59 571	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Некрасовка «Голос Некрасовки» *http://golos-nekrasovki.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60419 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Некрасовка города Москвы	Главный редактор Сурмава Кристина Бадриевна +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	2 217/66 506	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями

			KRISurmawa@gmail.com			(возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Люблино «Мое Люблино» *http://moelublino.ru/*	ЭЛ № ФС77-60359 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Люблино города Москвы	Главный редактор Румянцев Кирилл Юрьевич +7 (495) 681-00-86 krumyancev@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	2 205/66 162	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Текстильщики «У нас в Текстильщиках» *http://www.tekgazeta.ru/*	ЭЛ № ФС77-60415 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Текстильщики города Москвы	Главный редактор Румянцев Кирилл Юрьевич +7 (495) 681-00-86 krumyancev@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	2 063/61 900	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета Рязанского района «Эхо района» *http://эхорайона.рф/*	ЭЛ № ФС77-60328 от 29.12.2014/**есть**	Управа Рязанского района города Москвы	Главный редактор Дементьева Нина Александровна +7 (495) 681-00-86	Фактический объем рекламы – 5 %	2 010/60 314	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с

			deenny247@gmail.com			читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Печатники «Новые Печатники» *http://новые-печатники.рф/*	ЭЛ № ФС77-60458 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Печатники города Москвы	Главный редактор Кушнаренко Анна Андреевна +7 (495) 681-00-86 annakush9@ya.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	2 109/63 260	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Капотня города Москвы «Капотнинский меридиан» *http://капотнинскийменидиан.рф/*	ЭЛ № ФС77-60421 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Капотня города Москвы	Главный редактор Румянцев Кирилл Юрьевич +7 (495) 681-00-86 krumyancev@zbulvar.ru	Фактический объем рекламы – 5 %	1 972/59 167	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Марьино «Марьинский вестник»	ЭЛ № ФС77-60371 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Марьино города Москвы	Главный редактор Кушнаренко Анна Андреевна	Фактический объем рекламы – 5 %	2 094/62 833	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров,

http://марьинскийвестник.рф/			+7 (495) 681-00-86 *annakush9@ya.ru*			взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Выхино-Жулебино Районные будни» *http://районные-будни.рф/*	ЭЛ № ФС77-60387 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Выхино-Жулебино города Москвы	Главный редактор Сурмава Кристина Бадриевна +7 (495) 681-00-86 *KRISurmawa@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 900/56 986	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета Южнопортового района города Москвы «Наш район Южнопортовый» *http://газета-южнопортовый.рф/*	ЭЛ № ФС 77 – 60420 от 29.12.2014/**есть**	управа Южнопортового района города Москвы	Главный редактор Дементьева Нина Александровна +7 (495) 681-00-86 *deenny247@gmail.com*	Фактический объем рекламы – 5 %	1 975/59 235	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).
«Интернет-газета района Лефортово «Лефортово»	ЭЛ № ФС77-60270 от 29.12.2014/**есть**	Управа района Лефортово города Москвы	Главный редактор	Фактический объем	2 045/61 347	Доступный интерфейс. Интегрированы соц. сети (VK), наличие полезных ссылок и

http://газета-лефортово.рф/			Алексеенко Виктор Викторович +7 (495) 681-00-86 *v.alexeyenko@yandex.ru*	рекламы – 5 %		баннеров, взаимодействие с читателями (возможность задать вопрос на сайте, опросы).

Таблица 75. Электронные версии окружных и районных изданий ЮЗАО

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
Сайт окружной газеты «За Калужской заставой» *https://uzao.aif.ru/*	ЭЛ № ФС 77 – 60883 от 02.03.2015/**есть**	Префектура ЮЗАО г. Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 ***buravchikova@aif.ru***	Реклама не размещается	746/22 532	Сайт ЮЗАО использует современные технологи, обладает понятным интуитивным интерфейсом. В работе сайта используется один из популярнейших фреймворков Laravel на языке PHP и база данных PostgreSQL. Интерфейс сайта

						выполнен с использование каскадных таблиц стилей третьего поколения CSS3 и разметки HTML5. Автоматически адаптируется под любое мобильное устройство. Работает по защищенному протоколу HTTPS с SSL сертификатом.
«Твоя газета» *https://akademicheskiymedia.ru/*	ЭЛ № ФС77-60476 от 30.12.2014/**есть**	Управа Академического района города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	639/19 304	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Вестник района Гагаринский» *https://gagarinskiymedia.ru/*	ЭЛ № ФС77-60477 от 30.12.2014/**есть**	Управа Гагаринского района города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 *buravchikova@aif.ru*	Реклама не размещается	735/22 214	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Каховка» *https://zyuzinomedia.ru/*	ЭЛ № ФС77-60301 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Зюзино города Москвы	Главный редактор	Реклама не размещается	670/20 244	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями.

			Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru			Присутствует во многих популярных соц. сетях.
Коньково https://konkovomedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60483 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Коньково города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	830/25 089	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Наш район — Котловка» https://kotlovkamedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60423 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Котловка города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	726/21 933	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Ваши соседи» https://lomonosovskiymedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60897 от 02.03.2015/**есть**	Управа Ломоносовского района города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	758/22 922	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Обручевский меридиан»	ЭЛ № ФС77-60747 от 11.02.2015/**есть**	Управа Обручевского района города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна	Реклама не размещается	668/20 180	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во

https://obruchevskiymedia.ru/			+7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru			многих популярных соц. сетях.
«Вестник Бутова» https://severnoebutovomedia	ЭЛ № ФС77-607501 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Северное Бутово города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	726/21 938	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Наш Теплый Стан» https://teplyystanmedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60485 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Северное Бутово города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	699/21 111	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Мои Черёмушки» https://cheremushkimedia.ru	ЭЛ № ФС77-60511 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Черёмушки города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	679/20 522	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.
«Южное Бутово» https://yuzhnoebutovomedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60893 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Южное Бутово города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09	Реклама не размещается	767/23 178	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во

			buravchikova@aif.ru			многих популярных соц. сетях.
«Ясенево» https://yasenevomedia.ru/	ЭЛ № ФС77-60498 от 30.12.2014/**есть**	Управа района Ясенево города Москвы	Главный редактор Буравчикова Дарья Андреевна +7 (916) 621-22-09 buravchikova@aif.ru	Реклама не размещается	716/21 646	Доступный интерфейс, есть форма обратной связи с читателями. Присутствует во многих популярных соц. сетях.

Таблица 76. Электронные версии окружных и районных изданий «Мой район. Москва»

Название/Эл. адрес	Свид-во о регистрации СМИ/наличие на сайте	Учредитель	Контакты (ФИО руководителя, телефон, факс, e-mail)	Объем рекламы на сайте	Посещаемость (день/месяц)	Характеристики. Информация о доступности интерфейса, присутствии в соцсетях и т.п.
https://msk.mr7.ru; www.mr.moscow	ПИ № ТУ 50-03033 от 24.02.2022; ранее выданное свидетельство: ПИ № ФС 77-66948 от 15.09.2016.	Соучредители: ООО «МР-Пресса», ООО «Медиагород»	Главный редактор – Шитикова Елена Маратовна, +7 (916) 604-11-31 em@schitikova.ru	мало	9,6 тыс. в день	https://vk.com/mojrajon https://ok.ru/moyrayonmsk https://dzen.ru/papermoiraion https://rutube.ru/channel/27827431

	Отдельного свидетельства на сайт нет.					

Недостаток финансирования. Нет возможности обеспечить техническую поддержку сайтов, из-за чего были случаи остановки их работы из-за вирусных атак.

Дирекция СППИ ГИПП подтверждает, что в проведенном мониторинге состояния московского рынка печатных СМИ и полиграфии, не использовались материалы, созданные иностранными агентами.

Исполнительный директор
СППИ ГИПП /_____/ Мирошников П.П./

