

Подписка на второе полугодие 2016 года достигла почти 18 млн тиражей

11.07.2016

Подписная кампания Почты России на второе полугодие 2016 года показывает стабилизацию динамики подписных тиражей и восстановление интереса россиян к подписке - почти 18 млн тиражей газет и журналов было оформлено в ходе завершившаяся 30 июня 2016 года подписной кампании.



Итоги прошедшей кампании показывают, что процесс резкого падения подписных тиражей 2015 года, подписка на второе полугодие которого просела по сравнению со вторым полугодием 2014 года на 8,2%, удалось остановить и выйти на устойчивый тренд сокращения негативной динамики спроса: снижение подписных тиражей на второе полугодие 2016 года к аналогичному периоду 2015 года составило 5,2%. Несмотря на сезонный фактор, этот результат превосходит даже показатель предыдущей подписной кампании - подписку на первое полугодие 2016 года, когда общие тиражи по сравнению с первым полугодием 2015 года сократились на 5,4%.

Таким образом, благодаря усилиям Почты России, Минкомсвязи России и самих издателей ситуация продолжает последовательно улучшаться.

Только весенняя Всероссийская декада подписки (проходившая с 12 по 22 мая 2016 года) принесла 2,7 млн тиражей периодических изданий, что на 7% больше, чем в аналогичную майскую декаду 2015 года. В ходе декады Почта России дополнительно к скидкам издательств предоставила и скидки на доставку. Кроме того, дополнительная 15% скидка Почты России действовала в ходе всей подписной кампании для изданий, вошедших в список, подготовленный Экспертным советом по региональным печатным СМИ при Минкомсвязи России, который в рамках прошедшей подписной кампании был существенно расширен. В результате суммарное снижение цены на подписку впервые могло достигать 30%.

Всего на поддержку подписной кампании на второе полугодие 2016 года Почта России потратила более 700 млн рублей.

Выросла востребованность собственного каталога Почты России, к которому обращается все больше

подписчиков и издателей: количество заказов по нему выросло во втором полугодии 2016 года по сравнению с предыдущим (первым полугодием 2016 года) более чем в 3,5 раза. При этом сам каталог Почты России стремительно расширяется: в первом полугодии 2016 он включал около 750 индексов, во втором полугодии 2016 года – уже порядка 1300, а в подписную кампанию на первое полугодие 2017 перечень индексов продолжает расти. Это объективный показатель того, что Почта России все больше становится для издателей главным гарантом стабильности и выполнения своих обязательств.

Прошедшая подписная кампания сопровождалась широкой программой популяризации института подписки и адаптации ее к интернету. Впервые на полную мощность заработал сервис онлайн-подписки – podpiska.pochta.ru, и по отношению к первым месяцам работы сайта, активность интернет-подписчиков выросла более чем в 10 раз и продолжает расти. Почта России продолжит работать над онлайн-сервисом, чтобы сделать его более привлекательным и функциональным. Здесь не только можно выписать себе газеты и журналы, не выходя из дома, но и оформить подписку для близких и друзей, причем в любой регион страны.

Особое общественное внимание привлекала также благотворительная акция «Дерево добра», в ходе которой любой желающий мог оформить подписку на любое издание в адрес выбранного конкретного социального учреждения. Количество детских домов, домов-интернатов, домов для ветеранов и престарелых, на которые оформлялась благотворительная подписка, постоянно росло, как и перечень выписываемых изданий. Почта России приняла решение продолжить акцию и в следующие подписные кампании.

Сохранение объемов или прирост подписных тиражей на второе полугодие 2016 года показали более 20 российских регионов, среди которых лидерами роста стали Чеченская Республика, Ненецкий АО, Республика Татарстан, Свердловская и Магаданская области.

«Мы рассматриваем итоги прошедшей подписной кампании с оптимизмом. Все усилия, предпринятые Почтой России в этом направлении за последнее время, приносят конкретные результаты – ситуация с подпиской выправляется», – сказала заместитель генерального директора по почтовому бизнесу Почты России Инесса Галактионова. – «Здесь важно понимать, что мы имеем дело не только с общим падением спроса, обусловленного кризисом, но и с долгосрочной тенденцией сокращения тиражей подписных изданий во всем мире. Читатели все чаще используют интернет и цифровые носители. Значит, мы должны работать не только с традиционными подписчиками, но и искать новые решения, прежде всего – выходить в интернет-пространство, осваивать его язык и технологии, что Почта России уже делает».

Адрес страницы: <http://levoberezhny.mos.ru/presscenter/news/detail/3323689.html>

[Управа района Левобережный города Москвы](#)