



ПРЕССА **В Сибири**

№ 7 (474)

21 • 27 февраля 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



В НОМЕРЕ

**ФОРМИРУЮТСЯ
НОВЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ
ПО ПОПРАВКАМ
К ЗАКОНАМ ПО
МЕДИАОТРАСЛИ**

●
НОВОСТИ

страница 2–4

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

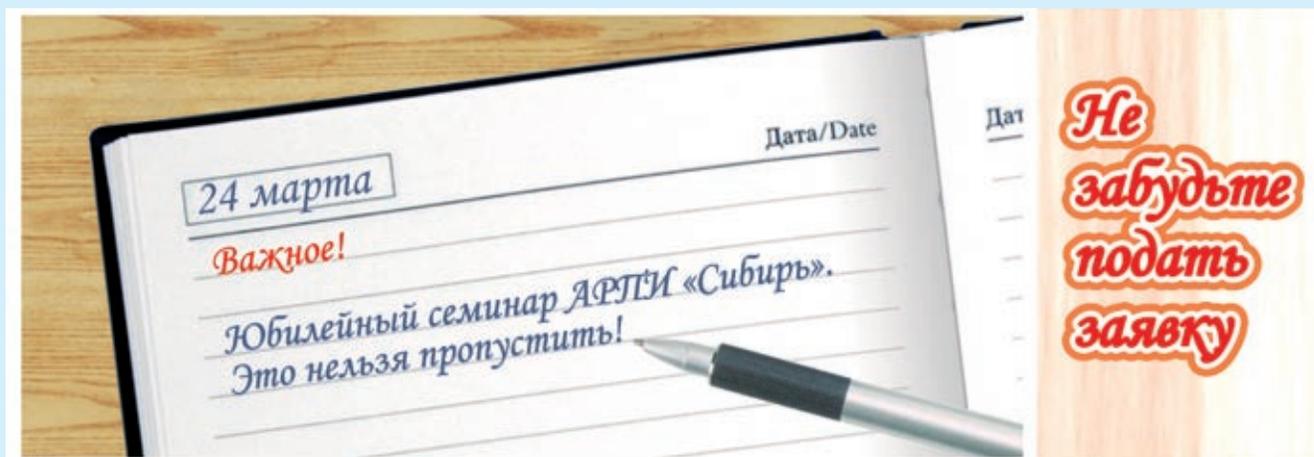
вкладка 1–40

новости отрасли

страница 5–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8



В продаже до 30 мая 2011 г. Спешите сделать заказ!



Проконтролируйте наличие 1 бокса (50 пакетиков) во всех собственных киосках и их присутствие до 30 мая 2011 г.

Проанализируйте тиражи коллекций предыдущих лет и отгрузите тиражи по дополнительному заказам своих клиентов.

Избегайте преждевременной ремиссии. Наличие наклеек в сети – гарантия Ваших продаж!

Коллекция
«УЕФА. Лига чемпионов 2010-2011»
продается в России уже четвертый год.
Наш опыт показывает, что всегда есть потенциал развития.

Hubert
Burda
Media

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Литературная газета	↑	2011/9	12,79	13,70	15,40	21,00
г	Попутчик Аномальные новости	↑	2011/11	13,89	14,95	16,70	21,00
г	Попутчик Ё - мое	↑	2011/2	11,30	12,15	13,60	17,00
г	Попутчик Женские Письма	↑	2011/6	11,30	12,10	13,60	17,00
г	Попутчик Золотая коллекция Аномальных новостей.	↑	2011/4	13,89	14,95	16,70	21,00
г	Попутчик Криминал	↑	2011/11	13,89	14,95	16,70	21,00
г	Попутчик Криминальное чтение	↑	2011/6	13,89	14,95	16,70	21,00
г	Попутчик Мир смеха	↑	2011/11	13,89	14,95	16,70	21,00
г	Попутчик Самые великие	↑	2011/3	12,53	13,45	15,10	19,00
г	Попутчик Советы колдуньи Ирины	↑	2011/2	11,30	12,15	13,60	17,00
г	Смекалочка	↓	2011/6	3,89	4,20	20,70	26,00
гм	Честное слово	↑	2011/8	5,77	6,05	7,00	9,50
ж	Коммерсант - Власть (Москва)	↑	2011/30	29,81	32,05	35,80	55,00
ж	Коммерсант - Власть	↑	2011/30	32,52	34,90	39,10	60,00
ж	Петрович	↑	2011/1	9,10	9,75	11,00	17,00
ж	Рисуем мультики	↑	2011/6	81,90	87,65	98,30	140,00
ж	Чисто по-женски	↑	2011/3	14,53	15,55	17,50	27,00
ж	Чисто по-женски	↑	2011/4	17,37	18,60	20,90	27,00

Пожалуй, лучшие развлекательные журналы из Петербурга!

с 10 номера — 24 полосы!

Об изменении цен на периодические издания

Проведённый мониторинг показал, что на рынке печатных СМИ, начиная с декабря прошлого года, наблюдается рост цен на издания.

Основным драйвером этого процесса явились издатели. С конца 2010г. со стороны многих издательских домов и редакций началось плановое повышение отпускных цен. В данный момент процесс повышения продолжается. Повышения отпускных цен в среднем составляет 11% (колеблется в пределах от 5% до 20%).

Начиная с декабря 2010г. повышение цен произвели такие издательские дома и редакции как Бурда, Аксель Шпрингер

Раша, Юнайтед Пресс, Фэшн Пресс, Эдипресс-Конлига, Комсомольская правда, ТДС, ТД За рулем, Агентство МК, Мир Новостей, Ровесник, ОСП-Курьер и многие другие. В целом в сегменте федеральных изданий цены увеличены на 20% наименований.

Только за последний месяц цены были увеличены почти на 50 изданий, не считая спецвыпусков и приложений.

Рост отпускных издательских цен на периодику корреспондируется распростра-

нителями на розничные цены, т.е. в среднем увеличение составляет 11% .

Рост цен на периодику со стороны издателей вызван необходимостью компенсировать снижающуюся доходность бизнеса, связанную с ростом затрат на производство изданий. В марте и апреле, по оценкам участников рынка, ожидается дальнейшее повышение отпускных цен издателей на периодическую печатную продукцию.

Экспертная группа АРПП

ВКЛАДКА

Журнал «Моя прекрасная дача» № 4/2011 выйдет с 16-страничной вкладкой «Выращиваем картофель».

ПРИЛОЖЕНИЯ

Журнал «Лиза» № 10 выйдет с тематическим приложением «Прически к празднику». С № 11 читатели получают приложение «Лучшие рецепты до 100р.», с № 12 — «Весенние диеты».

КОЛЛЕКЦИЯ ЗАВЕРШАЕТСЯ

Выпуск коллекции «Православные монастыри» завершается. 5 марта 2011 г. выйдет последний 110-й номер издания.

ВЫПУСК ПРОДЛЕН

Издание журнала «Человек-Паук. Герои и злодеи» продлено до 80 выпусков.

ЕДИНАЯ ЦЕНА

Газеты издательского дома «Собеседник» «Большие бабки» и «Здоровье в доме» включены в программу «Единая цена».

МЕНЯЕТСЯ ОБЪЕМ

Журнал «Интерес кроссворд» с № 10 будет выходить объёмом 24 полосы.

ПРИОСТАНОВЛЕНО

Выпуск издания «Найди свою судьбу» с №4 приостановлен.

В АРПП ФОРМИРУЮТСЯ НОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОПРАВКАМ К ЗАКОНАМ РФ ПО МЕДИАОТРАСЛИ

Состоялось заседание комитета АРПП по внешним и общественным связям.

Открыл заседание председатель правления АРПП А.В. Оськин. Он пригласил всех активно взаимодействовать по наиболее важным вопросам и напомнил, что на повестке дня стоят такие важные вопросы как поправки к федеральному закону о торговле, федеральному закону о СМИ. Также необходимо обсудить проект федерального закона об Интернете, предложения по налоговым льготам в этой сфере.

Далее выступил председатель комитета С.А. Кондрашев, он отметил, что состояние рынка распространения прессы сейчас вызывает опасения. «За последние полгода мы пережили три шоковых события, которые очень сильно повлияли на рынок, как газетной розницы, так и оптовых продаж прессы, - отметил он, - первое, когда вступил в силу Федеральный закон №381 «О торговле», второе - это неудачная попытка внести поправку в закон «О страховых взносах» и третье событие - это деятельность московских властей, связанная со сносом киосков прессы». Поэтому наиболее актуален сейчас вопрос что же в связи с этими событиями делать. По его мнению, необходимо высказать консолидированное мнение по всем наиболее важным вопросам, также не менее важно двигаться к какой-то определенности с законом о СМИ, максимально использовать уже существующие нормативные акты в защите своих интересов, в частности, Федеральный закон «О торговле».

Далее слово взяла ведущий консультант аппарата Комитета ГД по информационной политике Л.В. Дороговоз. Она отметила, что проект Федерального закона №463016-5 «О внесении изменений

в законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере СМИ, телевизионного и радиовещания» направлен на то, чтобы внести ясность в понятие, что такое электронное средство массовой информации. В нем, в частности, вводится понятие сетевого издания. Совершенно очевидно, что вопрос правового регулирования СМИ, подчеркнула она, в настоящий момент является актуальным. Она также отметила необходимость приведения к единообразию терминологии, используемой в законопроекте. Все эти вопросы сейчас прорабатываются в Комитете, и в ближайшее время законопроект будет вынесен на общественное обсуждение. Она предложила консолидировано работать над законопроектом и направлять свои замечания и предложения в Комитет ГД по информационной политике.

Руководитель юридической службы «Инкор-Инвест» И.А. Поленов обратил внимание собравшихся на необходимость внесения ясности в такие понятия как электронные СМИ и Интернет. Он дал оценку существующим версиям закона об Интернете и предложил прийти к единой версии. По его мнению, необходимо вносить изменения и поправки в законопроекты в части распространения электронных средств массовой информации. Поскольку, отметил он, на сегодняшний день нет ни одного нормативного акта, который бы регулировал именно распространение электронных СМИ. Необходимо также предоставить налоговые льготы данному виду СМИ, либо субсидии государства по примеру Франции, которая создала специальный фонд по поддержке интернет-СМИ. В Рос-

сии же существует закон 2010 года о субсидиях электронным изданиям, однако до сих пор они выдавались только государственным СМИ.

Генеральный директор ЗАО «Коммерсант-Пресс» И.А. Шадрин обратил внимание на необходимость законодательного регулирования распространения издательского контента на мобильных и планшетных устройствах.

Заместитель начальника управления периодической печати ФАПМК Г.Н. Кудий проинформировал, что государственные субсидии на интернет-СМИ в России распределяются на конкурсной основе и условия получения этих субсидий опубликованы на сайте ФАПМК. Проблемой номер один для отрасли он назвал тот факт, что распространителей прессы очень плохо слышно в государственных органах власти, прежде всего, в Правительстве РФ. А это особенно важно, т.к. Правительство в настоящий момент определяет законодательную политику. Важно, подчеркнул он, чтобы работа с государственными органами была наиболее эффективной.

С.А. Кондрашев отметил, что на данный момент успешно развивается сотрудничество с Государственной Думой и действительно необходимо работать эффективнее.

Было также принято решение дать новое название комитету в связи с необходимостью точно отразить в названии содержание текущей работы. Оськин А.В. предложил настоящую структуру АРПП переименовать в Комитет по законодательным инициативам и сотрудничеству с федеральными органами. Предложение было единогласно принято.

Пресс-служба АРПП

НОВЫЕ МЕДИА: ТЕНДЕНЦИИ-2011

Если в 2009 г. на медиарынке господствовали пораженческие настроения, то 2010 г. дал игрокам рынка повод для оптимизма. Хотя до полного выздоровления еще далеко, не говоря уже о том, что все еще не найдена эффективная модель цифрового бизнеса, однако тот факт, что цифровое пространство - это будущее и что новые технологии необходимо применять, наконец-то был принят большинством.

Тенденции, которые окажутся актуальными в наступившем году попытался выделить и проанализировать Editorsweblog.

1. Платный контент

Руперт Мердок, хотя и не до конца выполняет свое обещание сделать все издания News Corp платными к июню, не сворачивает с этого пути и уже достиг существенного успеха. The Times, Sunday Times и News of the World в Великобритании теперь полностью платные. Австралийское издательство News Limited, также принадлежащее News Corp, планирует реализовать систему платного он-лайн контента, взяв за пример Wall Street Journal.

Долгожданная схема от компании Press+ не произвела обещанной революции в оплате контента, однако была принята рядом небольших изданий и некоммерческих организаций для поощрения пожертвований.

У платного контента по-прежнему есть противники. Например, в Великобритании, сайты таких газет, как The Guardian и The Daily Mail ежедневно посещаются множеством уникальных посетителей, однако они по-прежнему бесплатны и делают ставку на массовое посещение.

Ожидается в 2011: Поиск наилучшей модели. Платная версия The New York Times должна быть запущена в январе при тесном сотрудничестве с The Times of

London и другими. Новая система позволит каждому пользователю бесплатно сделать определенное число кликов, после чего доступ нужно будет оплатить. Эффективность такого подхода должна стать заметным в течение 2011 года.

К концу года платный контент вряд ли станет привычным для всех, однако его введение еще встряхнет интернет.

2. Новые гаджеты

Что касается устройств для передачи информации, 2010, безусловно, стал годом iPad, вышедшего на рынок в конце прошлого января. Бесчисленные публикации выявили особенности приложений для iPad, большинство из которых - платные. Это еще один путь монетизации контента в сети. Хотя, не исключено, что приложения для iPad убьют продажу бумажных копий газет.

Е-ридеры в ушедшем году несколько отошли на второй план, хотя на некоторые из них наблюдается устойчивый спрос.

Ожидается в 2011: конкуренция на рынке планшетных устройств. Сдаст ли свои лидирующие позиции в 2011 г. компания Apple? Планшетники других компаний также были представлены в прошлом году: Samsung Galaxy Tab и Arcos range. Оба эти компьютера работают на Google's Android. Однако по популярности они не могут сравниться с iPad.

Планшетники от Blackberry, HP, Microsoft и других ожидаются в 2011. Сможет ли кто-нибудь из них обойти девайс от Apple.

Приложением года было признано FlipBoard, отображающее социальные медиа и другие каналы в формате журнала. Также «выстрелили» такие приложения как Pulse. Воспользуются ли издатели этим опытом?

The Daily - первая газета, разработанная специально для iPad компанией News Corp, будет запущена в начале 2011 г. Теперь остается только теряться в догадках: сможет ли газета использовать все преимущества устройства и будет ли специфическая разница по темам статей.

В этом году мы, вполне вероятно, увидим взрыв интереса к HTML5, обладающего обширными возможностями, и, в отличие от Adobe's Flash, он совместим с продукцией Apple.

Centre for Public Integrity недавно продемонстрировал, что с HTML5 можно разрабатывать сайты, которые выглядят как приложения и которые равно хорошо работают как в интернете, так и на планшетах и телефонах.

3. Социальные медиа

Социальным медиа 2009 года был Twitter, в 2010 невероятные темпы роста посетителей сети Facebook выдвинули его на первое место. По официальной статистике, на Facebook зарегистрировано «более 500 миллионов человек»,

по другим оценкам число зарегистрированных превышает 600 млн. Каждая четвертая страничка, просматриваемая в США, - это аккаунт на Facebook. Пользователи ежемесячно делятся друг с другом более чем 30 миллиардами единицами контента, а средний пользователь состоит примерно в 80 группах, сообществах и мероприятиях. И социальные сети поставляют все больше трафика на новостные ресурсы.

Сейчас каждый уважающий себя новостной сайт имеет представительство на Facebook и стратегию продвижения в Twitter. Некоторые издания даже имеют несколько аккаунтов в соц сетях, ориентированных на различные аудитории.

Издания все чаще открывают позицию редактора по социальным медиа - по сути, им может стать любой пользователь, активно участвующий в сетевой жизни.

Ожидается в 2011: появление новых путей для использования Facebook. Кто-нибудь наверняка сможет глубже понять потенциал дружеского, ни к чему не обязывающего общения в социальных сетях.

Замечательно иметь миллионы поклонников, но как вы используете страницу своей компании, чтобы повысить к ней лояльность? И как вы можете использовать ее, чтобы улучшить качество вашего продукта?

Теперь все статьи снабжены уже ставшими привычными кнопками, позволяющими поделиться прочитанным с друзьями в соцсетях. И что дальше? Превратится ли SEO (поисковая оптимизация) в SMO (социальную оптимизацию СМИ), учитывая как растет «цена» личной рекомендации (кнопки «Like» и «recommend») в поставке трафика на новостные сайты.

4. Wikileaks и другие разоблачения

Wikileaks оставил неизгладимый след в новостях 2010 г. вне зависимости от того, считаете ли вы, что это - преступление или, напротив, это новое лицо демократии, маловероятно, что Wikileaks бесследно исчезнет и забудется. Уже сейчас множество других сайтов предлагают свои услуги тем, кто хочет таким образом опубликовать «утечку» информации.

Ожидается в 2011: возможно, что Wikileaks - первая масштабная утечка информации.

Каким будет результат? Станут ли правительства более скрытными или открытыми и удастся ли Ассанжу не выдать свои источники?

PlanetaSMI.RU

Последние тенденции рынка газет Великобритании

Рынок газет Великобритании является одним из самых тяжелых в мире. Конкуренция на нем одна из самых сильных: в Англии девять национальных ежедневных газет с тиражом более чем 200 000 копий. А темпы миграции рекламодателя в Интернет просто поражают своей скоростью.

Согласно исследованию ZenithOptimedia, с 2009 года количество рекламы, размещенной в английском Интернете больше, нежели в печатных СМИ. Британские газеты не получают правительственных дотаций или субсидий, и им приходится «бороться» с таким мощным конкурентом как BBC. Поэтому газеты Англии отчаянно ищут новые способы развития, включая эксперименты с форматами издания, ценовой политикой и т.д.

Как отмечают местные эксперты, сегодня существует три основных тенденции на медиарынке Великобритании.

Первая - стратегия следования за медиагигантом News Corp. Ее приверженцами стали такие газеты как Times, Sunday Times, Sun и News of the World. Эти издания следуют по пути внедрения платного доступа к онлайн-контенту. Например, Times не

позволяет читателям бесплатно просматривать свою онлайн-версию стоимостью доступа к контенту специалисты издательства оценили в 2 фунта в неделю.

Но есть и издания, которые придерживаются другой точки зрения. И в этом вторая тенденция. В частности, в The Daily Mail считают, что «интернет-реклама работает хорошо, только если вы достаточно большое издание». Стоит заметить, что сама газета весьма удачно продается, ей даже удалось «разбить» своего ближайшего конкурента Daily Express. Сайта Daily Mail имеет более 35 млн. уникальных пользователей в месяц и занимает второе место среди всех сайтов газет. Но в будущем она сможет занять и первую строчку рейтинга, когда ее ближайший конкурент портал газеты New York Times внедрит платный доступ к своему содержанию.

И третью стратегию переход на бесплатное распространение предложил г-н Лебедев, владелец Evening Standard.

PlanetaSMI.RU

Работа с клиентами ведется **на основании договора или через мелко-оптовые магазины.**

Цена, по которой клиент будет получать товар:

- **зависит** от величины товарооборота клиента в месяц и выбранного им варианта работы и условий доставки товара.

1. Работа с предварительным заказом периодических изданий с гарантированным выкупом товара (постоянный заказ).

Цена квотная — заказ клиента превышает 100 000 рублей в месяц.

Заключение договоров и осуществление прямых поставок для клиентов, чей заказ меньше необходимого для получения квотной цены, производится только по индивидуальному согласованию с коммерческим отделом ООО «АРПИ «Сибирь».

Во всех случаях подразумевается наличие предоплаты на счете клиента на момент отгрузки товара. Информация о балансе клиента высылается на электронную почту ежедневно. Клиент обязан следить за своевременным пополнением своего счета. При отсутствии предоплаты поставка товара будет остановлена.

2. Внимание! Дополнительный заказ периодики из складских запасов для постоянных клиентов осуществляется **по ценам основного договора!**

3. Приобретение товара в свободной продаже на точках мелко-оптовой торговли — **цена базовая.**

Размер приобретаемой партии — любой, скидок нет. Возможно резервирование товара под заказ клиента. Обязанности по сбору заявок, слежению за их выполнением и аккуратностью выкупа товара клиентами возложены на продавца точки. Торговля осуществляется на согласованных условиях через ЗАО «АРП «ФраМ» и ООО «Топ-Книга» (см. список киосков и магазинов).

Дополнительные услуги по просьбе клиента

- предоставление рейтингов продаж изданий в разных регионах;
- консультации по организации оптовой и розничной торговли;
- предоставление рекламной продукции от издателей (плакаты, листовки, стикеры);
- консультации по торговому оборудованию;
- консультации по подбору ассортимента;
- информирование о различных акциях, конкурсах, проводимых издателями.

Получение и доставка товара

Клиент может получать заказанный товар со склада самовывозом, либо товар доставляется почтой, транспортом поставщика или любым другим видом транспорта (автобус, поезд, самолет). Клиенты, получающие товар с доставкой, могут оплачивать доставку по отдельному счету либо получать товар по ценам, в которых учитывается стоимость доставки (формируются индивидуально для каждого клиента в зависимости от региона и способа доставки).

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «СИБИРЬ МЕДИА»
• (383) 22-777-67 •

КОНТАКТЫ

С претензиями и предложениями по работе сотрудников обращаться к руководству компании:
Генеральный директор — Гаврилов Сергей Давидович
Коммерческий директор — Вяткин Константин Владимирович

Просим клиентов обращаться по вопросам:

- **координации работы коммерческого отдела** к Вяткину Константину Владимировичу (коммерческий директор) k.vyatkin@sibir.su;
- **перспективного заказа периодики и изменения заказа, состоянию дебиторской задолженности** к вашему менеджеру, или Ледовских Евгении Васильевне (ведущему менеджеру группы по работе с клиентами) e.ledovskih@sibir.su;
- **информации о выходе изданий, их описание, о заказах на товары, отсутствующих в прайсе** к Ванькову Андрею Юрьевичу (руководитель группы работы с поставщиками) a.vankov@sibir.su;
- **организации развоза по Новосибирску или доставки в другие регионы** к Катаеву Денису Сергеевичу (руководитель отдела экспедирования) transsib@sibir.su;
- **организации маркетинговых мероприятий по продвижению изданий** к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы);
- **вопросам работы филиалов** к Курченко Елене Николаевне (управляющий региональными подразделениями) e.kurchenko@sibir.su;
- **по размещению рекламы в корпоративных изданиях АРПИ «Сибирь» и отражению и оформлению информации в корпоративных изданиях, получения анонсов** («Пресса в «Сибири», сайт компании в Internet) к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы), Бедаревой Дарье Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.

Претензии по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

АДРЕСА:

- **склад хранения и склад рассыл:**
ул. Немировича-Данченко, 104, здание типографии «Советская Сибирь»,
тел./факс (383) 22-777-67
- **офис:** 630048, ул. Немировича-Данченко, 104, тел. (383) 22-777-67
www.arpi-sibir.ru

Региональные подразделения ООО «АРПИ «Сибирь»

РОССИЯ

Москва — Тел. (499) 748-02-12, 8-916-306-25-22,
E-mail: msk@sibir.su
Пермь — Тел. 8-919-499-78-28,
E-mail: perm@sibir.su
Екатеринбург —
Тел. 8-904-540-09-12,
E-mail: eburg@sibir.su
Тюмень — Тел. (345-2) 46-55-15,
E-mail: tumndir@sibir.su
Омск — Тел. (381-2) 41-23-89,
E-mail: omskdir@sibir.su
Красноярск — Тел. (391-2) 63-32-52,
E-mail: krsn@sibir.su
Иркутск — Тел. (395-2) 24-31-72,
E-mail: irkt@sibir.su
Улан-Удэ — Тел. (301-2) 21-42-58,
E-mail: yyde@sibir.su
Чита — Тел. (302-2) 44-21-09,
E-mail: chita@sibir.su
Хабаровск — Тел. (4212) 48-98-48,
E-mail: habar.dir@sibir.su

Омск (магазин оптовых продаж)
ул. Рождественского, 4,
тел. (381-2) 41-23-89,
omskmag@sibir.su

КАЗАХСТАН

Алматы — Тел. (327-2) 50-34-25,
E-mail: presst.dir@sibir.su
Петропавловск —
Тел. (315-2) 31-03-09,
E-mail: presst.petr@sibir.su
Павлодар — Тел. (318-2) 54-36-99,
E-mail: presst.pavl@sibir.su



АРП «ФРАМ»

Склад: тел. (383) 22-77-891

Магазины мелкооптовой торговли

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 7.00 до 19.00. Тел. 220-220-1



Новосибирск,
ул. Ленина, 94

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 6.30 до 18.30. Тел. 346-51-83



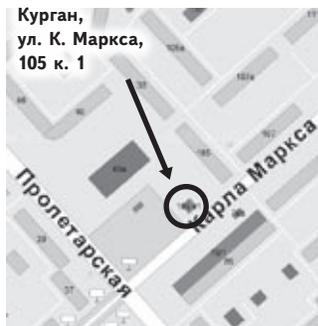
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383) 41-27-621



Бердск,
ул. Островского, 55

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 9.00 до 20.00.
E-mail: fram-kurgan@arpi.sibir.ru



Курган,
ул. К. Маркса,
105 к. 1



**Приглашаем вас посетить
мелкооптовые магазины
периодики ООО «Топ-Книга»:**

1. **Новосибирск**, ул. Линейная, 29,
«Литера», тел. (383) 203-38-77,
(383) 203-38-65 (ежедневно 8:00—21:00).
2. **Томск**, пер. 1905 года, 6/3,
«Литера-М»,
тел. (382-2) 51-12-04
(ежедневно 9:00—19:00).

ПАБЛИК

ИЗДАТЕЛЬСТВО



Внимание, новинка!

В продаже уже
в марте

Цветочная КУХНЯ

Озеленение балконов, лоджий и окон

№1

Грамотный полив
домашних растений

Правила пересадки
растений

Как вырастить
кофейное дерево

Почему не растут цветы



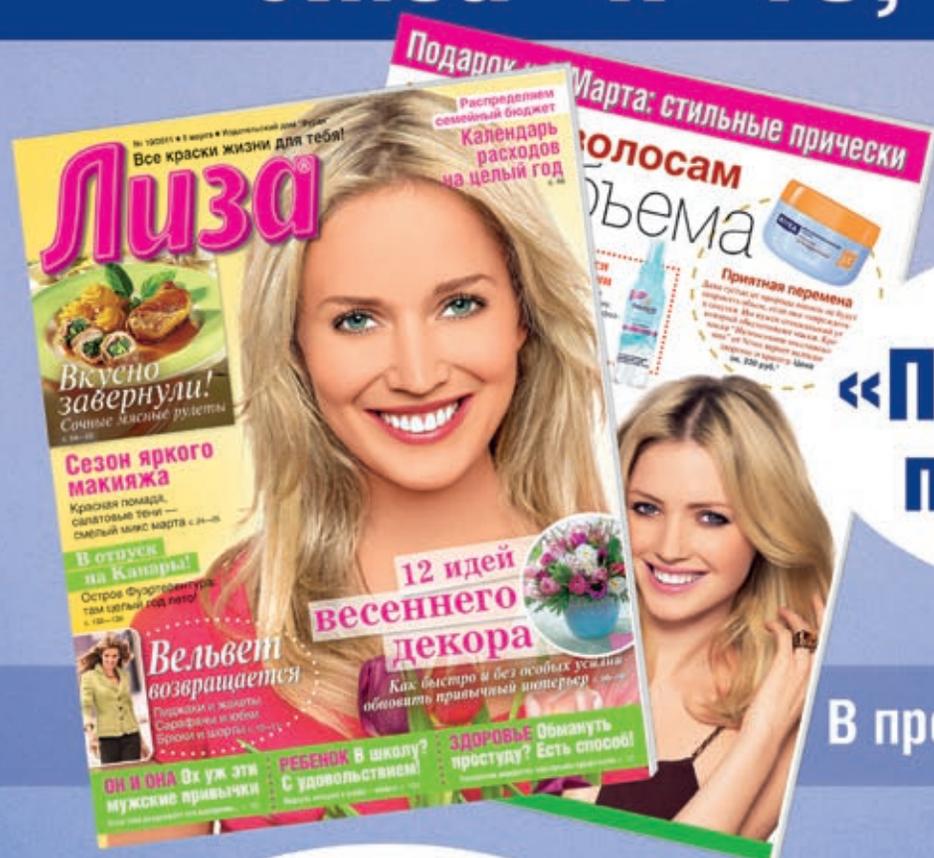
Цветы из семян
для балконных
ящиков

Домашние цветы и ваш знак Зодиака

Технические характеристики:
формат - А4, 36 полос, мелованная
обложка, стандарт
пачки 100 шт., выходит один раз в
месяц, выход 7 марта

Сделай правильный выбор!

Супервложения в журнале «Лиза» № 10, 11, 12



№10
«Прически к празднику»

16 стр.

В продаже с 05.03.2011

№11
«Лучшие рецепты до 100 р.»

8 стр.

Заказ тиража 25.02.2011
В продаже с 19.03.2011

Заказ тиража 18.02.2011
В продаже с 05.03.2011

№12
«Весенние диеты»

8 стр.

РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ В ПОДДЕРЖКУ ЖУРНАЛА «ЛИЗА» № 10, 11, 12

Телевидение: Первый канал, «Россия», СТС. Размещение рекламных роликов на региональном телевидении в Екатеринбурге, Челябинске, Казани, Новосибирске, Н. Новгороде, Самаре, Краснодаре

Аудиореклама на эскалаторах метро (Москва и Санкт-Петербург) в час пик утром (8—10 ч.) каждые 10 минут в пятницу, понедельник, вторник — 167 станций в Москве, 56 станций в Петербурге

Радио: рекламные ролики на радиостанциях «Хит-FM», «Русское радио»

**Hubert
Burda
Media**