



ПРЕССА в Сибири

№ 11-12 (477) 21 марта • 3 апреля 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



BAUER
MEDIA GROUP

ЕЖЕМЕСЯЧНИК ОТ



СБОРНИК СУДОКУ № 5/11 (ГИГАНТ ПРОФИ)



ТАКОГО
ПРОФИ
ВЫ ЕЩЁ
НЕ ВИДЕЛИ!

СУДОКУ-ГИГАНТ

Сбор заказа
«Сборник sudoku» № 5/11
до 23 марта

www.bauermedia.ru

ТЕПЕРЬ
В КАЖДОМ
НОМЕРЕ

В НОМЕРЕ РОССИЙСКИЙ РЫНОК РЕКЛАМЫ РАСТЕТ

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

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «АПЕЛЬСИН» ПРЕДСТАВЛЯЕТ СВОИ ЛУЧШИЕ ИЗДАНИЯ



НАС ЧИТАЮТ УЖЕ 12 ЛЕТ! ПОДАРИТЕ НАС СВОЕМУ ЧИТАТЕЛЮ!

Издательство
"Линия Кино"
представляет
№ Апрель-Май
русского издания
американского
журнала
о спецэффектах
и компьютерной
графике в кино

В номере представлены
репортажи о главных мировых
съемочных площадках и
квалифицированные интервью
с ведущими специалистами
различных отраслей
кинопроизводства, подробно
раскрывающими секреты
своих уникальных ноу-хау



В продаже с 3 апреля

cinefex
www.cinefex.ru

Поземплярная упаковка
Стандарт пачки - 20 экз

Уважаемые коллеги!

Пришло время очередной встречи участников рынка на семинаре АРПИ «Сибирь». 24 марта в новосибирском конгресс-центре «Сосновка» начинается юбилейный XX семинар «Повышение эффективности продаж периодической печати». Читайте о нём на сайте www.sibir.su и в следующем выпуске журнала «Пресса в Сибири».

А в этом номере журнала вы найдёте обзор российского рынка рекламы и интервью с главой президентского Совета по правам человека Михаилом Федотовым о поправках в Закон о СМИ.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

№ 11-12 (478) 21 марта — 3 апреля 2011 г.

учредитель и издатель
ООО «Агентство распространения печати и информации «Сибирь»
адрес
Россия, Новосибирск,
ул. Немировича-Данченко, 104
телефон
(383) 22-777-67
телефон рекламного отдела
(383) 22-777-67
главный редактор
К. В. Вяткин
выпускающий редактор,
дизайн, компьютерная верстка
Д. А. Бедарева

отпечатано в типографии
ЗАО «Медведь Типография»
Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87
Подписано в печать 16.03.2011 г.
Тираж 900 экз.

распространяется бесплатно

ADV — информация на правах рекламы.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. При использовании информации, опубликованной в еженедельнике «Пресса в Сибири», ссылка на источник обязательна.

Свидетельство о регистрации СМИ №ФС77-23814 от 28.03.06 г. выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовой коммуникации и охране культурного наследия.



**Запаситесь
кедровыми шишками**

**Воспитайте в себе
жизнелюбие**

**Едим
и лечимся**

**Старость —
это не болезнь**

**Почки нуждаются
в защите**

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Бабы хлопоты	↑	2011/4	17,30	18,60	20,80	32,00
г	Дачная	↑	2011/7	14,20	15,35	17,10	26,00
г	Завалинка	↑	2011/7	14,25	15,25	17,10	26,00
г	Завалинка Спецвыпуск	↑	2011/6	19,62	21,00	23,60	32,00
г	Зимняя вишня	↑	2011/4	21,83	23,40	26,20	33,00
г	Мужские секреты	↑	2011/4	17,15	18,35	20,60	26,00
г	На счастье!	↑	2011/7	14,32	15,35	17,20	22,00
г	Народная Стряпуха	↑	2011/6	9,34	10,10	11,30	17,00
г	Оракул	↑	2011/5	16,41	17,60	19,70	32,00
г	Оракул Предсказания Оракула	↑	2011/5	14,08	15,25	16,90	25,00
г	Пенсионерская правда	↑	2011/4	19,86	21,25	23,90	30,00
г	Ступени Оракула	↑	2011/7	13,32	14,30	16,00	25,00
г	Травинка	↑	2011/6	10,99	11,85	13,20	19,50
г	Шпаргалка для взрослых	↑	2011/4	16,54	17,70	19,90	25,00
ж	Verena спецвыпуск	↑	2011/2	87,60	93,75	105,20	135,00
ж	Кухни и ванные комнаты	↑	2011/4	92,55	99,10	111,10	145,00

МЕНЯЕТСЯ СРОК РЕАЛИЗАЦИИ

Срок реализации коллекции игрушек и стартовых наборов «Хепох партия 2» продлён до 30 июня.

ОБНОВИЛИСЬ!

У журнала «Клуб 4x4» сменился логотип и изменился внешний вид обложки.

МЕНЯЕТСЯ ШТРИХ-КОД

С № 2/2011 у журнала «Saveurs» меняется штрих-код. Новый штрих-код: 9772219769009.

ВНИМАНИЕ!

Журнал «Мама, это я!» № 4/2011 г. выйдет со стандартом упаковки 15 экз., вместо ранее объявленного стандарта 30 экз.

ФЛОУПАКИ

Уважаемые распространители, напоминаем вам, что согласно решению издателей «Де Агостини» и «Джи Фаббри» в отношении игрушек-флоупаков (в том числе — «Маджики. Цветочные лошадки», «Spider-man») и наборов карточек акты о недовложениях не принимаются.

ВНИМАНИЕ!

ЗАО «Эгмонт Россия Лтд» сообщает, что по техническим причинам (большой процент производственного брака) не сможет осуществить в полном объеме поставку изданий: «Специальный выпуск журнала «Принцесса» №1/2011, «Специальный выпуск журнала «Играем с Барби» №2/2011.

Российский рынок рекламы вырос в 2010 году на 16%, в 2011-м вырастет на 20-26%

Российский рынок рекламы в 2011 году может вырасти на 20-26%, считают аналитики Ассоциации коммуникационных агентств России. Рост рекламного рынка в 2010 году составил 16%, объем рынка — 250 млрд рублей.

Рынок телерекламы в 2011 году может вырасти на 23-28%, до 161,4-167,5 млрд рублей со 130,7 млрд рублей в 2010 году. «Думаю, что рост в 28% уже не получится, поскольку на телевизионных каналах практически 100%-ный sell-out. Инфляция очень велика, доходит и до 40% у некоторых клиентов», — заявил президент Aegis Media Олег Поляков.

Реклама в печатных СМИ по итогам 2011 года может продемонстрировать рост в 8-12% — с 44,8 млрд рублей в прошлом году до 48,4-50,2 млрд рублей в текущем. «Печатные СМИ — это более-менее стабильный сегмент, доля его сильно сокращаться не будет, — считает Поляков. — Здесь рекламный рынок более консолидирован, небольшая группа наиболее популярных издательств получает основную долю доходов от рекламы. Более 65% объема рекламного рынка печатных СМИ приходится на 10 крупнейших издательств: «Деловой мир», Independent Media, Hachette Filipacchi Shkulev+InterMedia Group, Burda, «7 Дней», «Коммерсантъ», «Профмедиа», Conde Nast, «Экстра М Медиа» и «Афиша». Правда, сейчас наблюдается укрепление позиций специализированных и профессиональных изданий, а также региональных издательств. Однако стоит учесть, что развитию рекламы в этом сегменте способствует рост самого рынка периодической печати. Рекламный рынок как бы вторичный, обслуживающий экономику сервис, поэтому все,

что происходит на общем ранке СМИ, отразится и на рекламе. Ежегодно увеличивается число издаваемых газет и журналов, и к концу 2011 года его совокупный объем может достичь 10 млрд долларов».

Объем рынка радиорекламы может составить 12,9-13,6 млрд рублей. По сравнению с показателем за 2010 год (11,8 млрд рублей) рост может составить 10-15%.

Рынок интернет-рекламы увеличится на 33-43%, до 35,6-38,2 млрд рублей с 26,7 млрд рублей в прошлом году. «Цифровые технологии оказывают влияние на каждый сегмент индустрии СМИ, — объясняет старший менеджер группы по сопровождению сделок слияния и поглощения PwC в России Илья Куртов. — Даже самые «традиционные» сегменты, такие как книгоиздание и выпуск журналов и газет, испытывают на себе значительное воздействие процесса цифровизации, что выражается в появлении устройств для чтения электронных книг и планшетных устройств. Объем рынка рекламы в Интернете обогнал радио и стал приближаться к «бумаге». Объем видеорекламы в Рунете вырастет за 6 лет в 20 раз. Рост выручки все больше и больше зависит от внедрения цифровых технологий. Пережив, возможно, самый серьезный кризис, медийные компании будут заинтересованы в слияниях и поглощениях в цифровом сегменте, чтобы получить максимальный результат для бизнеса».

Объем рынка рекламы в интернете приближается к «бумаге». Рост выручки все больше зависит от

внедрения цифровых технологий. Аналитики PricewaterhouseCoopers (PwC) считают, что объем рынка рекламы в Интернете и мобильных сетях в России к 2014 году увеличится в три раза и составит 1,69 млрд долларов. В 2009 году этот рынок оценивался в 569 млн долларов. Согласно прогнозу экспертов PwC, в ближайшие пять лет российский рынок СМИ будет расти на 9,3 процента в год и к 2014 году достигнет 25,58 млрд долларов. В прошлом году этот показатель был на уровне 16,38 млрд долларов.

Ожидается, что глобальный рынок СМИ будет расти в среднем на 5 процентов ежегодно и в 2014 году дойдет до 1,7 триллиона долларов. В 2009 году этот показатель составил 1,3 триллиона. Наибольшего роста медийного рынка аналитики ожидают в Латинской Америке. Суммарные темпы роста рынка в этом регионе составят 8,8 процента в год. К 2014 году рынок увеличится до 77 млрд долларов.

«Что же касается отраслевых тенденций, то в этом году ожидается повышение активности на рынке M&A благодаря процессу восстановления экономики, технологическим изменениям и более благоприятным условиям кредитования, — считает партнер группы по сопровождению сделок слияния и поглощения PwC в России Марк Хэнни. — В некоторых сегментах медиаиндустрии будет наблюдаться особенное оживление. К ним относится телевидение, где за прошедший год показатель выручки от рекламы вырос на 10-15%».

Российская Бизнес-газета

СМИ для подтверждения основного вида своей экономической деятельности должны будут ежеквартально направлять отчетность в Пенсионный фонд РФ

С 1 января 2011 года вступил в силу Федеральный закон № 339-ФЗ, который установил переходный период в уплате страховых взносов в государственные внебюджетные фонды для российских организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере СМИ.

Согласно данному закону упомянутые плательщики должны платить страховые взносы по ставке в 2011 г. - 26%, 2012г. - 27%, 2013г. - 28%, 2014г. - 30% с переходом в 2015 году к общеустановленному тарифу в 34%.

При этом применять льготные тарифы могут только те плательщики, которые осуществляют производство, выпуск в свет (в эфир) и (или) издание СМИ нерекламного и неэротического содержания и основным видом экономической деятельности

которых является деятельность в области радиовещания и телевидения или деятельности информационных агентств и деятельность по изданию газет или журналов и периодических публикаций.

Сейчас Минздравсоцразвития России завершает работу над проектом постановления правительства РФ о порядке подтверждения основного вида экономической деятельности средств массовой информации.

Необходимость разработки документа, как сообщает министерство, связана с тем, что плательщики, основным видом экономической деятельности которых является деятельность в области радиовещания и телевидения или деятельности информационных агентств или же деятельность по изданию периодических публикаций вправе с 1 января 2011 года применять пониженный тариф при уплате страховых взносов по итогам каждого месяца. Какого-либо специального разрешительного документа для использования льготной шкалы по взносам не требуется.

Но по итогам отчетного периода (квартал, полугодие, 9 месяцев, год) организация должна будет подтвердить свое соответствие требованиям, предъявляемым к льготной категории плательщиков. Форма этих отчетных документов и будет установлена постановлением правительства, работа над которым в настоящее время находится в завершающей стадии.

Согласно проекту документа, разработкой которого занимается Минздравсоцразвития России, средства массовой информации для подтверждения основного вида своей экономической деятельности должны будут ежеквартально направлять отчетность в Пенсионный фонд РФ. В свою очередь, территориальные органы Пенсионного фонда будут рассматривать отчетности упомянутых плательщиков согласно уже установленному порядку о проведении мероприятий контроля за уплатой страховых взносов.

Предоставить в Пенсионный фонд отчетные документы за I квартал 2011 года будет необходимо не позднее 15 мая 2011 года

Nord-news

В Латинской Америке бум печатной прессы

Суммарные тиражи печатных СМИ в Латинской Америке в период с 2005 по 2009 год выросли более чем на 5 процентов.

Такие данные привел на региональной конференции Всемирной газетной ассоциации в Боготе глава организации Кристоф Рисс, передает AFP. За тот же период в Европе тиражи упали на 7,9 процента.

При этом доходы издателей печатной прессы в Латинской Америке выросли на 65 процентов, тогда как

в Северной Америке они упали более чем на треть, а в Европе - почти на 14 процентов.

Кристоф Рисс отметил, что печатная пресса в Латинской Америке не подвергается такому давлению со стороны интернета и "новых медиа", как в Европе и Северной Америке. Однако он под-

черкнул, что это временное явление. "У вас есть больше времени, чтобы подготовиться к переменам, связанным с распространением цифровых СМИ, и возможность перенять опыт других регионов", - сказал Рисс латиноамериканским издателям.

Lenta.ru

УВЕЛИЧИВАЙТЕ ОБОРОТЫ С НАШИМИ БЕСТСЕЛМЕРАМИ!

Hubert
Burda
Media

Журнал
«ЛИЗА» № 15 + ВКЛАДКА 8 стр.
«Готовим к Пасхе»



ВНИМАНИЕ!

ЗАКАЗ ТИРАЖА — 18.03.2011

В продаже с 9 апреля!

Выкладка журнала в точке продажи привлекает дополнительное внимание покупателя!

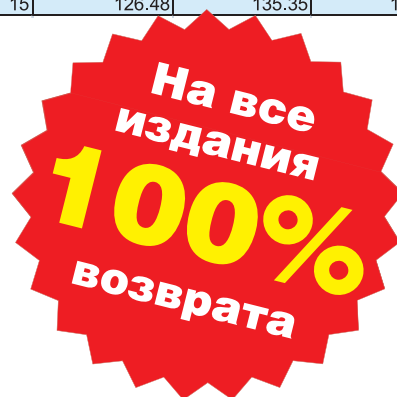
Актуальный прайс-лист изданий ИД

	Наименование издания	Стандарт пачки	Квота	Опт	База	Розница
	Журналы ИД «Бурда»					
	Burda	15	72.47	77.95	87.00	135.00
	Burda Детская мода	30	67.8	72.55	81.40	105.00
	Burda Мода для полных	40	73.1	78.55	87.80	125.00
	Burda Шить легко и быстро	30	73.69	79.2	88.50	140.00
	CHIP + DVD	10	111.34	119.35	133.70	220.00
Новинка!	CHIP. Спецвыпуск + DVD	10	102.2	109.35	122.70	155.00
	JOY	30	31	33.2	37.20	60.00
	MINI	15	36.59	39.7	44.00	70.00
	Oops!	20	33.21	35.8	39.90	65.00
	Playboy	10	70.63	76.4	84.80	135.00
	Quattroruote	30	50.58	54.2	60.70	105.00
Новинка!	SAVEURS	15	82.52	88.3	99.10	125.00
	Verena	25	74.37	79.6	89.30	115.00
	АвтоМир	70	19.03	19.9	22.90	37.00
	Бабушкин компот	50	28.03	30.25	33.70	50.00
	Даша	100	11.54	12.05	13.90	18.00
	Даша. Гороскоп	100	14.33	15	17.20	23.00
	Даша. Праздничное угощение	100	11.6	12.15	14.00	18.00
	Даша. Рецепты на любой вкус	50	12.5	13.4	15.00	19.00
	Даша. Сканворды	50	21.09	22.6	25.40	32.00
	Даша. Спецвыпуск. Гороскоп	100	12.19	12.75	12.80	19.00
	Добрые советы	50	37.74	40.5	45.30	70.00
	Добрые советы. Всё для семьи	50	8.85	9.5	10.70	17.50
	Добрые советы. Гороскоп	50	34.72	37.3	41.70	70.00
	Добрые советы. Домашний доктор	50	9.22	9.95	11.10	16.50
	Добрые советы. Лешкин кот	50	12.44	13.4	15.00	19.50
	Добрые советы. Люблю готовить!	100	7.64	8.45	9.20	17.00
	Добрые советы. Люблю готовить! Спецвыпуск	25	13.21	14.55	15.90	30.00
	Добрые советы. Судoku	50	7.33	7.9	8.80	15.00
	Добрые советы. Цветы в доме	70	11.99	12.85	14.40	20.00
	Дом в саду	50	9.28	9.95	11.20	15.00
	Дом в саду. Календарь	50	11.14	11.95	13.40	18.00
	Дом в саду. Спецвыпуск	50	11.23	12.05	13.20	18.00
	Ключворды	20	16.06	17.2	19.30	26.00
	Кроссвопрос	30	24.74	26.9	29.70	38.00
Новинка!	Кроссворды для всех	50	16.91	18.1	20.30	24.00
	Кросс-коктейль	25	24.68	26.45	29.70	40.00
	Лабиринт кроссвордов	50	17.03	18.45	20.50	31.00
Новинка!	Лабиринт кроссвордов. Суперсборник	20	58.81	62.95	70.60	85.00
	Лед тронулся!	50	17.36	18.6	20.90	28.00
	Лиза	30	21	21.9	25.20	38.00
	Лиза Girl	40	21.17	22.05	25.40	43.00
	Лиза Гороскоп	50	30.18	32.35	36.30	60.00
	Лиза Гороскоп Астропрогноз	30	45.93	49.35	55.20	65.00
	Лиза Кейворды	50	10.94	11.9	13.20	20.50
	Лиза Кроссворды	50	15.85	17.1	19.10	33.00
Новинка!	Лиза Кроссворды. Судoku	100	10.88	11.65	13.10	23.00
Новинка!	Лиза Кроссворды. Сборник	10	58.12	62.2	69.80	85.00
	Лиза Мой ребенок	30	45.73	49	54.90	85.00
	Лиза Мой ребенок. Спецвыпуск	40	33.94	36.6	40.80	65.00
	Лиза Сканворды	50	22.41	24	26.90	39.00
	Лиза Судoku сложные	100	16.11	17.25	19.40	34.00
	Лиза Счастливый момент!	50	27.8	29.75	33.40	48.00
	Лиза. Кросс-толстяк	20	30.84	33	37.10	50.00
	Лиза. Кросс-Хит!	50	22.15	23.7	26.60	36.00
	Лиза. Судoku	20	21.57	23.1	25.90	45.00
	Любимые кейворды	50	12.31	13.4	14.80	23.00
	Люблю готовить! Кроссворды	50	12.36	13.35	14.90	26.00
	Люблю готовить! Сборник рецептов	32	67.08	71.8	80.50	105.00
	Мамочкина школа	30	10.05	10.9	12.10	19.50
	Мамочкина школа. Спецвыпуск	25	11.5	12.35	13.80	17.50
	Мой прекрасный сад	80	36.55	39.45	43.90	65.00
	Мой прекрасный сад. Спецвыпуск	50	43.35	46.4	52.10	70.00
	Мой прекрасный сад Календарь-2012	20	54.94	58.85	66.00	95.00
	Мой уютный дом	30	34.16	36.9	41.00	65.00
	Моя история	50	10.03	10.75	12.10	15.50
	Моя любимая собака	50	15.44	16.55	18.60	24.00
	Отдохни! Гороскоп-2012	50	19.35	20.7	23.40	28.00
	Отдохни! Имена	10	33.85	36.8	40.70	65.00
	Отдохни!	50	20.86	21.85	25.10	38.00
Новинка!	Отдохни! Сканворд-путешествие	50	16.91	18.1	20.30	26.00
	Приятного аппетита!	70	23.41	25.1	28.10	42.00
	Разгадай!	100	10.4	11.55	12.50	19.00
	Реши для души	100	9.23	9.65	11.10	18.50

«Бурда» и партнеров De Agostini, GE Fabbri и Panini S.p.a.

	Наименование издания	Стандарт пачки	Квота	Опт	База	Розница
	Сборная солянка	25	25.95	27.8	31.20	39.00
	Сделай паузу!	80	10.01	10.45	12.10	19.00
	Сильное звено	30	37	39.6	44.40	60.00
	Сканворды под ключ	50	27.2	29.1	32.70	47.00
	Panini S.p.a.					
Актуально!	UEFA CL10-11. Альбомы		38.85	40.8	40.80	60.00
Актуально!	UEFA CL10-11. Наклейки		18.57	19.75	19.80	28.00
Актуально!	UEFA CL10-11 Cards. Карточки		37.31	39.95	44.80	55.00
Новинка!	Милые зверьки Альбомы		30.14	32.25	36.20	40.00
Новинка!	Милые зверьки Наклейки		14.37	15.4	17.30	20.00
Новинка!	Милые зверьки Стартовый набор		66.07	70.7	79.30	89.00
Новинка!	Милые зверьки Набор 6 в 1		85.55	91.55	102.70	119.00
	Принцессы Дисней Альбом	29.18	31.25	35.10	43.00	
	Принцессы Дисней Наклейки	14.37	15.4	17.30	21.00	
	Принцессы Дисней Стартовый набор	66.07	70.7	79.30	90.00	
	Harry Potter 7 Альбом (для отдельных регионов)	29.3	31.35	32.90	42.00	
	Harry Potter 7 Наклейки (для отдельных регионов)	14.37	15.4	16.10	22.00	
	Hello Kitty Альбом	28.82	30.85	32.30	44.00	
	Hello Kitty Наклейки	14.37	15.4	16.10	22.00	
	Hello Kitty Стартовый комплект	144.03	154.15	161.40	220.00	
	Hello Kitty Шкатулочка 3D	74.82	80.1	83.80	115.00	
	NBA 2010/11 Альбом (для отдельных регионов)	28.82	30.85	32.30	44.00	
	NBA 2010/11 Наклейки (для отдельных регионов)	14.37	15.4	16.10	22.00	
	NHL 2011 Альбом	29.78	31.9	33.40	45.00	
	NHL 2011 Наклейки	14.37	15.4	16.10	22.00	
Новинка!	PEBS эластичные резинки		29.78	31.9	35.80	39.00
	Winx Believix Альбом	29.18	31.25	32.70	44.00	
	Winx Believix Наклейки	14.37	15.4	16.10	22.00	
	Партворки (GE Fabbri и De Agostini)					
Новинка!	100 битв, которые изменили мир	40	54.28	58.1	65.20	79.00
	50 художников	50	52.49	56.2	63.00	80.00
	AMG Mercedes C-Class DTM 2008	26	203.67	217.95	244.40	281.00
	MAGIC ENGLISH + DVD	20	133.07	142.4	159.70	200.00
	The DOG Collection	14	142.13	152.1	170.60	265.00
	Автолегенды СССР	50	199.38	208.9	239.30	375.00
	Атлас. Целый мир в твоих руках	80	44.26	47.4	53.20	70.00
	Великие парусники	40	149.8	160.3	179.80	240.00
Новинка!	Волшебный клуб	28	115.46	123.55	138.60	160.00
Новинка!	Галилео. Наука опытным путем	20	111.78	119.6	134.20	150.00
Новинка!	Дамы эпохи. Моя коллекция кукол	10	198.71	212.65	238.50	299.00
Новинка!	Дворцы и усадьбы	30	46.89	50.2	56.30	69.00
	Золотой глобус + DVD	20	133.17	142.5	159.80	240.00
Новинка!	Легендарные самолеты	20	198.47	212.4	238.20	260.00
	Ледниковый период. Коллекция животных	20	128.84	137.9	154.70	185.00
	Любимые сказки	36	147.63	154.1	177.20	255.00
Новинка!	Мадагаскар. Путешествие с животными	30	104.15	111.45	125.00	149.00
	Минералы. Сокровища земли	10	119.24	127.6	143.10	205.00
	Мировая авиация	50	62.07	65.05	74.50	115.00
	Насекомые и их знакомые	20	197.71	211.55	237.30	295.00
	Наследие человечества + DVD	20	134.84	144.3	161.90	200.00
	Наша история. 100 великих имен	50	52.81	56.55	63.40	75.00
	Папка 100 человек, которые изменили ход истории	36	124.75	133.5	149.70	190.00
	Ранетки. Девчонки-звезды	90	130.86	137.1	157.10	215.00
	Русские танки	16	223.07	238.7	267.70	385.00
	Страна знаний + CD	28	121.09	129.6	145.40	185.00
Новинка!	Супергонки	45	86.51	92.6	103.90	125.00
Новинка!	Суперкары. Лучшие автомобили мира	20	198.23	212.15	237.90	270.00
	Тело человека снаружи и внутри	50	54.28	58.1	65.20	90.00
	Человек-Паук. Герои и злодеи	20	78.67	82.45	94.40	120.00
	Черепашки Ниндзя. Боевая четверка	90	93.64	98.1	112.40	145.00
Новинка!	Энергия камней	20	158.36	169.45	190.10	240.00
	Энциклопедия. Открой мир вокруг себя	15	126.48	135.35	151.80	190.00

Цены указаны в соответствии
с прайс-листом ООО «АРПИ «Сибирь»
от 14.03.2011



ЗАКАЗЫВАЙТЕ БОЛЬШЕ — УВЕЛИЧИВАЙТЕ ОБОРОТЫ!

Hubert
Burda
Media

Журнал «Даша» № 16 + в подарок
75 наклеек
к Пасхе!



ЗАКАЗ ТИРАЖА — 30.03.2011

В продаже с 14 апреля!

Выкладка журнала в точке продажи привлекает дополнительное внимание покупателя!

«Поправки в закон о СМИ превратят его нормы в юридическую труху»

Общественная палата и совет по правам человека при президенте выступили с критикой поправок в закон о СМИ, предложенных депутатом Валерием Комиссаровым и принятых Госдумой 22 февраля в первом чтении. Была создана рабочая группа по подготовке новых поправок. В нее вошли, в частности, глава президентского Совета по правам человека Михаил Федотов и глава комиссии ОП по СМИ Павел Гусев. Михаил Федотов рассказывает, что его не устроило в законопроекте, и делится планами рабочей группы по подготовке новых поправок.

— **Михаил Александрович, на заседании в Общественной палате вы выступили с критикой поправок в закон «О СМИ». Что вас не устроило в этом законопроекте?**

— Меня не устроило качество законопроекта. Достаточно привести два простеньких примера из текста поправок, по которым сразу становится все понятно. Название законопроекта: «О внесении изменений в законодательные акты в сфере средств массовой информации, радиовещания и телевидения». Сразу возникает вопрос: а разве радио и телевидение — это не средства массовой информации? Это все равно, что сказать: «В сфере сельского хозяйства, а также животноводства». Этот пример свидетельствует, что люди, которые готовили этот законопроект, просто недостаточно, скажем мягко, аккуратны в использовании терминологии. Вот, к примеру, еще один перл, который я обнаружил в одной из статей: «Лицензия на вещание аннулируется лицензирующим органом в судебном порядке». Как это понимать? Кем она аннулируется? Лицензирующим органом или судом? То есть, многие фразы построены так, что понять их нельзя.

Поэтому когда я увидел этот законопроект, я сказал, что его нужно либо кардинально переде-

лывать, либо принять сразу в трех чтениях и забыть про то, что у нас когда-то был один из самых либеральных законов о СМИ. Потому что с принятием предложенных поправок закон о СМИ просто перестанет работать, так как его нормы запутаются и превратятся в юридическую труху.

Сегодня худо-бедно закон о СМИ, принятый еще в 91-м году, действует, есть постановление пленума Верховного суда, которое разъяснило все неясные моменты. То есть сейчас все более или менее понятно. Но с принятием предложенных поправок эта ясность улетучится. Например, никто не сможет отличить, где телепрограмма, а где телеканал. Авторы законопроекта удваивают терминологию, создавая параллельные сущности, что ведет к путанице.

— **А помимо подобного рода недоработок, какие опасности этот законопроект несет свободе слова в России?**

— Я не думаю, что у авторов поправок была задача поломать закон о СМИ и наделать каких-то бед. Просто законопроект был сделан так, что может привести к очень плачевным результатам. Поэтому я считаю, что его нужно радикальным образом переделать. И все слова, которые там есть, поставить на правильное место.

Из него можно сделать хороший закон, но для этого нужно с ним работать.

— **Если этот проект настолько недоработан, как же депутаты его приняли в первом чтении?**

— Я думаю, что депутаты сочли возможным просто опереться на авторитет людей, которые вносили этот законопроект и представляли его в Госдуме. Но достаточно было просто посмотреть отзыв Правового управления Госдумы, чтобы понять, что законопроект очень сырой. Конечно, существуют законопроекты злобные, реакционные, но эти поправки не относятся к их числу, они просто некачественные.

— **Но ведь там, например, содержится норма, согласно которой любой часто обновляющийся сайт можно приравнять к СМИ...**

— Эта норма возникла из-за неправильной расстановки слов, в результате чего и сама формулировка оказалась неправильной. Они хотели сказать, что любой сайт может быть представлен на регистрацию как средство массовой информации, если на то будет желание владельца этого сайта. И это абсолютно правильно. Такова позиция и

Верховного суда. Она же сегодня реализуется и в деятельности Роскомнадзора. Но в проекте эта позиция изложена таким образом, что создается впечатление, будто любой сайт — это СМИ, что в корне неверно.

— Вы также были недовольны механизмом лицензирования телеканалов, предложенным в законопроекте...

— Меня очень волнует, что авторы законопроекта пытаются ввести лицензирование для зарубежных телеканалов. Сегодня в законе о СМИ написано, что прием программ непосредственного телевидения вообще не может быть ограничен, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами. А в поправках говорится, что все телеканалы, которые могут быть приняты на территории России, должны быть лицензированы, причем таким образом, чтобы вещатель был российским юридическим лицом. А как это будет работать?

Неужели телекомпания CNN станет российской?

Во всей Европе уже давно действует Европейская конвенция о трансграничном телевидении. Мы присоединились к этой конвенции еще в 2006 году. И там написано черным по белому, что страны Конвенции не будут препятствовать ретрансляции программ, которые соответствуют Конвенции. Поэтому введение обязательного лицензирования иностранных телеканалов откровенно противоречит Конвенции.

Я считаю, что этот вопрос нельзя решать таким образом. Тем более что в проекте написано, что вещателем может быть только российское юридическое лицо, которое непосредственно формирует содержание телеканала. Но реальным содержанием, например, телеканала CNN занимается компания, которая находится в США. От того, что вы заставите их зарегистрировать в России свое представительство, компания CNN не станет российской. И производством программ она будет

заниматься у себя в Америке, а не в Москве.

Поэтому попытка поставить иностранные телеканалы под контроль российской исполнительной власти — бессмысленна. Тем более что это даже технически невозможно. Что CNN будет для России делать одни программы, а, например, для Украины — другие? Нет, конечно.

— При вашем участии была сформировала рабочая группа по подготовке изменений в закон «О СМИ». Каковы планы группы?

— На заседании рабочей группы в Общественной палате мы договорились, что совместными усилиями Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека и Общественной палаты мы дадим свои экспертные заключения и предложения по содержанию этого законопроекта. Его надо просто переписать.

Slon.ru

Киоски с прессой в Москве могут получить в ближайшее время спецстатус

Киоски с прессой в Москве могут получить в ближайшее время социальный статус, что будет гарантировать им определенные преференции в работе, сообщила на заседании комиссии Мосгордумы по культуре и массовым коммуникациям представитель департамента средств массовой информации и рекламы столицы Юлия Казакова.

«В настоящее время рассматривается вопрос о закреплении особого социального статуса за объектами прессы», — сказала Казакова.

Она отметила, что 17 марта состоится совещание, где будет рассмотрен этот вопрос.

По словам Казаковой, также предлагается сохранить дислокацию точек торговли печатной продукцией,

в том числе, на остановочно-торговых модулях, а также в целом расширить сеть за счет перепрофилирования ряда других объектов.

Кроме того, предположительно, будет увеличен срок аренды для продавцов печатной продукции с одного года до трех лет.

Как, в свою очередь, отметил председатель Ассоциации распространителей печатной продукции Александр Оськин, данному бизнесу не подходят предлагаемые Москомархитектурой новые типовые модули для нестационарных мелкорозничных объектов.

«Они стоят в несколько раз дороже, выполнены из пластика, а при возгорании есть возможность отравления», — сказал он.

Кроме того, он отметил, что недопустимо выводить объекты печати в «подворотню», поскольку туда москвичи не пойдут за газетой. При этом Оськин напомнил, что уже сейчас столица отстает по нормативу обеспеченности точками торговли прессой в пять раз.

РИА Новости

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 •

К О Н Т А К Т Ы

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 рассылки:**
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: irkts@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



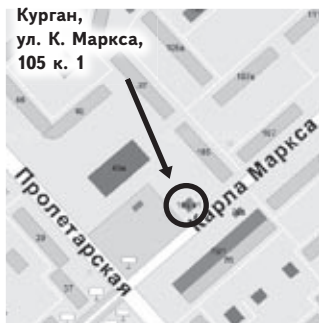
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

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!

В продаже уже
в марте

УРА! ДАЧНЫЙ СЕЗОН ОТКРЫТ!

РАССАДА.
ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕКРЕТЫ ВЫРАЩИ-
ВАНИЯ ТЕПЛИЧНЫХ
ОГУРЦОВ

КАК ПОДГОТОВИТЬ
СЕМЕНА К ПОСЕВУ

КАК ВЫРАСТИТЬ
ВКУСНЫЕ ПОМИДОРЫ

СОРТА ОВОЩЕЙ,
КОТОРЫЕ НЕ ЕДЯТ
ВРЕДИТЕЛИ

КАК ПРАВИЛЬНО
ВЫРАСТИТЬ
КОРНЕВОЙ
СЕЛЬДЕРЕИ

ЭФФЕКТИВНАЯ
БОРЬБА
С ВРЕДИТЕЛЯМИ
САДА

КАК УБЕРЕЧЬСЯ
ОТ НИТРАТОВ

УХОД ЗА
ЦВЕТНИКАМИ
ВЕСНОЙ

Технические характеристики:
формат-А4, 36 полос, мелованная
обложка, стандарт
пачки 100 шт., выходит один раз в
месяц, выход 28 марта,
сбор заказа до 21 марта

СПЕЦВЫПУСК ОТ ЖУРНАЛА
«ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ И ИДЕИ» № 3

Сделай правильный выбор!

«1000 советов»



НЕПОСЕДА

и «Непоседа»

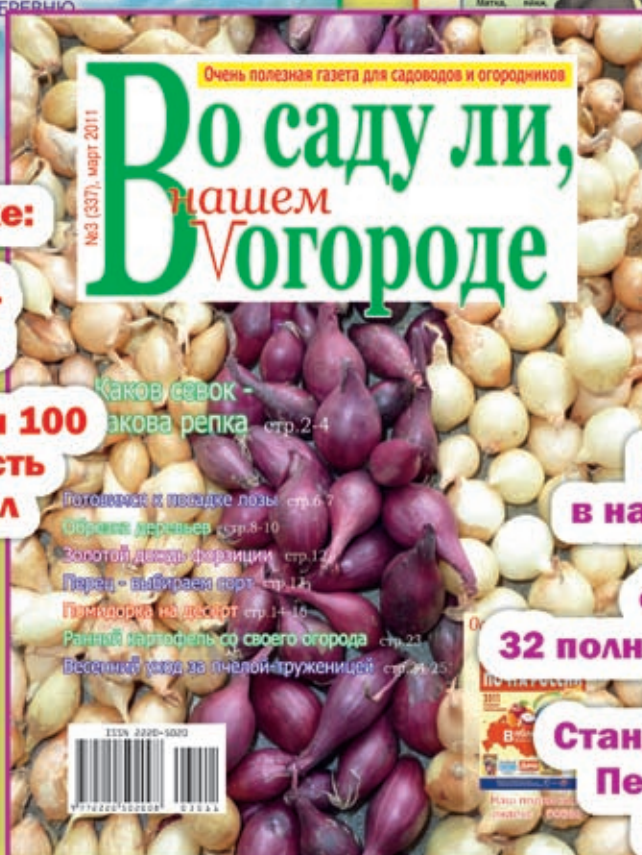
рекомендуют:



Друзья по переписке:

**Формат А4
32 полосы
Вес 55 г**

**Стандарт пачки 100
Периодичность
1р в квартал**



**Во саду ли,
нашем
В огороде**

**Каков севок -
такова репка стр.2-4**

Поговорим о посадке помидоров стр.6-7

Обработка деревьев стр.8-10

Засолка овощей стр.12-14

Перед - выбираем сорт стр.15

Помидоры на даче стр.14-16

Ранний картофель со своего огорода стр.23

Весенний уход за пчелами-труженицами стр.24-25



Веселуха:

**Формат А4
24 полосы
Вес 41 г**

**Стандарт пачки 100
Периодичность
1р/месяц**

**Во саду ли
в нашем огороде:**

**Формат А4
32 полноцветные полосы
Вес 59 г**

**Стандарт пачки 100
Периодичность
1р/месяц**