



# ПРЕССА в Сибири

№ 51 (510) 26 декабря 2011 г. • 1 января 2012 г. [www.sibir.su](http://www.sibir.su)  
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



**В НОМЕРЕ**

## ПОДВОДИМ ИТОГИ 2011 ГОДА

●  
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

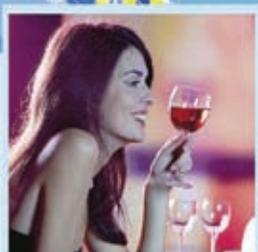


советы на все случаи жизни

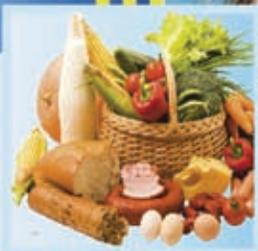
# ЖЕНСКИЙ Сундучок

№1 (060) январь 2012

журнал о красоте  
и здоровье



если  
замуж  
невтерпеж  
стр. 24



как обойтись  
без лишних  
калорий?  
стр. 20



Рецепты  
хорошего  
настроения



ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ  
**ГОРОД**  
МЕДИА



**Новинка!**

Журнал «Женский сундучок» –  
для тех, кто любит  
быть в центре внимания  
и готов всегда  
делиться полезными  
советами.

# Уважаемые коллеги! Дорогие друзья!

Заканчивается 2011 год, и пришла пора подвести его итоги. Как обычно, прежде чем попрощаться с уходящим годом, мы вспоминаем о самых значимых, обсуждаемых и ярких его событиях.

Мир в этом году пережил несколько сильных потрясений — это и «арабская весна», и авария на атомной станции «Фукусима 1». А вот для России год оказался более или менее спокойным.

Весной у нас главным событием было вступление в силу закона «О полиции» и обсуждение отличий полиции от милиции. Отличий, как быстро выяснилось, никаких нет, изменилось лишь название. Но зато брошюра с законом «О полиции» в марте поддержала продажи в наших сетях.

Одной из наиболее обсуждаемых тем последних месяцев было вступление России в ВТО. Наша страна поставила рекорд длительности переговоров — процесс продолжался с перерывами 18 лет. И наконец в Женеве был подписан протокол о присоединении

России. Теперь документ должен быть ратифицирован в России. Разумеется, нужно сделать оговорку: если процесс не сорвется в очередной раз. Тема эта очень интересна для политиков, поскольку позволяет говорить о развитии экспортного бизнеса. Но скорее всего наши производители не смогут выйти на западные рынки в связи с большой конкуренцией. Положительные изменения, вероятно, тоже будут, но мы их почувствуем нескоро.

Предприниматели и экономисты с большим интересом следят не только за процессом присоединения к ВТО, но и за развитием Таможенного союза. Президенты России, Белоруссии и Казахстана подписали целый пакет договоров о Едином экономическом пространстве, с 1 января 2012 года планируется обеспечить свободное движение товаров, услуг и капиталов между тремя странами. Но, надо признать, для нашего с вами бизнеса Таможенный союз не принёс ничего, кроме головной боли. Теперь, оформляя экспорт в Казахстан, мы готовим намного больше документов. Да и загрузка товара длится дольше. Правда, груз границу проходит быстрее, хоть чему-то можно порадоваться.

В декабре прошли выборы в Государственную думу. Их результаты показали власти, что у неё больше нет такой безоговорочной поддержки, как раньше. Возможно, это заставит власть задуматься об изменениях.

В 2012 году нам предстоит ещё и выборы президента. Но единственное, что можно сказать о них уверенно — они будут в марте. Как это событие и подготовка к нему скажутся на законодательстве, экономике и нашей отрасли, предсказать сложно. Будем надеяться, результаты окажутся положительными для всех нас.

Если переключиться с общероссийских событий на новости, важные именно для нашей отрасли, нельзя обойти вниманием информацию об очередном предстоящем повышении тарифов на железнодорожные перевозки. Это значит, что тенденция роста затрат на организацию продаж периодически сохранится. Но это не повод терять оптимизм. Несмотря на эту тенденцию, 2011 год оказался неплохим для нашей отрасли. Да, было сложное лето и большой сезонный



обвал продаж, но начало делового сезона было благоприятным и результаты года позволяют смотреть в 2012 год с уверенностью.

Для компании АРПИ «Сибирь» это был очень насыщенный год. Мы открыли филиал во Владивостоке и магазины в Омске и Томске. В Новосибирске мы запустили автоматизированную линию приёма возвратов, теперь у нас автоматизирован склад полного цикла. Наши специалисты создали новый программный продукт на базе 1С 8.2, предназначенный для работы с прессой.

В этом году весной состоялся юбилейный XX семинар АРПИ «Сибирь», а осенью мы провели семинар на новом месте — не в «Сосновке», а в новосибирском отеле «Азимут».

Численность группы компаний «Сибирь» в прошедшем году превысила 800 человек. Наша компания растёт, а ещё растут семьи наших сотрудников: в 2011 году мы 21 раз поздравляли коллег с рождением ребёнка. Это, пожалуй, один из самых важных признаков того, что наши сотрудники уверены в своём будущем. И это приятно.

**Думаю, через год мы снова сможем сказать, что продолжаем успешно работать и не боимся будущего. Поздравляю вас, уважаемые коллеги, с новым 2012 годом!**

Генеральный директор  
АРПИ «Сибирь»  
Сергей Гаврилов



№ 51 (510) 26 декабря 2011 г. — 1 января 2012 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 21.12.2011 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.

**МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ**

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
г	Экспресс-Газета	↑	2012/1-2	16,95	18,90	25,00
гм	Советский спорт Футбол	↑	2012/1	23,25	26,50	31,00
гм	Телнеделя для всей семьи	↑	2012/1	17,00	18,80	22,00
гм	Телепрограмма	↑	2012/1	8,95	10,00	12,00
гмкр	Антенна-Телесемь. Красноярск	↑	2012/5	15,30	17,00	19,00
ж	Classic Rock	↑	2012/1-2	114,65	126,60	185,00
ж	GRAZIA	↑	2012/11	42,30	46,80	65,00
ж	Аквариум	↑	2012/1	72,55	80,50	95,00
ж	Дом снаружи и внутри. Новосибирск.ОСОБНЯК	↓	2012/2-3	50,65	56,30	70,00
ж	Наука и жизнь	↑	2012/1	111,35	122,60	150,00
ж	Рыболов	↑	2012/1	35,40	39,20	60,00
ж	Рыболов Elite	↑	2012/2	98,95	109,70	155,00
ж	Цветы	↑	2012/2	120,80	133,90	170,00

**ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

С января 2012 года меняются технические параметры газет «Знаки» и «Знаки. Спецвыпуск».

Технические характеристики с № 1/2012:

Формат: А4

Объём: 36 полос

Вес: 47 г

Упаковка: 100 шт.

**СТАНДАРТ УПАКОВКИ**

С января 2012 года меняется стандарт упаковки журнала «Приусадебное хозяйство». С номера 1/2012 стандарт пачки будет равен 30 экземплярам.

**ВЫПУСК ПРЕКРАЩЕН**

Издательство «Вокруг Света» приняло решение прекратить выпуск печатного издания «Первое. Второе. Третье» с № 2/2012 (этот номер не будет выпущен).

**МЕНЯЕТСЯ ШТРИХКОД**

С № 1/2012 меняется штрихкод журнала «Дом снаружи и внутри». Новый штрихкод: 4607111800015.

**МЕНЯЕТСЯ ШТРИХКОД**

С № 1/2012 меняется штрихкод журнала «Moxie Teenz». Новый штрихкод: 9771990481773

**НОВЫЙ ШТРИХКОД**

Журнал «Автопанорама» прошел регистрацию в Международном центре ISSN, ему присвоены ISSN 1560-3563, штрихкод 9771560356777. Новый штрихкод будет использоваться с № 1/2012.

**НОВОСТИ GAMELAND**

В 2012 году компания «Gameland» прекращает выпуск журнала «PC Игры» и модернизирует журнал «Страна Игр». Февральский номер журнала «Страна Игр» выйдет в новом дизайне и увеличится на треть, объем журнала будет варьироваться от 240 до 256 страниц. Обновится и расширится состав рубрик.

В журнал не будет вкладываться DVD. Видеожурнал Level Up, ранее прилагавшийся на DVD, переносится в онлайн — на площадку Gameland.ru. Февральский номер журнала «Страна Игр» появится в продаже 25 января.

# ПРАВЛЕНИЕ АРПП ПОДВЕЛО ИТОГИ 2011 ГОДА

**12 декабря 2011 года состоялось заседание Правления АРПП, на котором были подведены итоги года.**

Открывая заседание, Президент АРПП Мартынов Д.В. отметил, что за прошедшие со дня проведения VII отчётно-выборной конференции три месяца АРПП продолжала заниматься вопросами совершенствования рынка прессы, защиты интересов его участников, вела активный диалог с властными структурами по проблемам медиаотрасли.

Члены Ассоциации принимали активное участие в мероприятиях, проводимых властными структурами, коллегами из других организаций отрасли. Подготовленные АРПП предложения по модернизации рынка прессы практически в полном объёме вошли в рекомендации состоявшегося в ноябре пленарного заседания Комиссии по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в средствах массовой информации Общественной палаты Российской Федерации. Получили поддержку и прозвучавшие на совещании в Департаменте СМИ и рекламы Правительства Москвы предложения АРПП по развитию системы дистрибуции печатной продукции в столице. В частности, было предложено развивать киоски прессы в направлении поэтапного репрофилирования в культурные, социальные и информационные объекты в микрорайонах по комплексному информационному обслуживанию населения с востребованными товарами народного потребления.

С отчетом о работе секретариата АРПП за период с сентября по декабрь 2011 года выступила исполнительный директор АРПП Комиссарова Н.Б. В сообщении

отмечалось, что за отчетный период было проведено две международных конференции, в которых приняли участие более 200 представителей издательских домов и компаний по распространению печатной продукции, зарубежные эксперты медиарынка. Продолжили работу профильные комитеты АРПП. Так, благодаря активной работе комитета АРПП по проблемам распространения прессы в розницу между АРПП и ГУП «Главное архитектурно-планировочное управление Москомархитектуры» был заключён договор на разработку проектной документации на модульный нестационарный объект мелко-розничной торговли. «ГлавАПУ» выполнило обязательства по договору, и теперь киоски прессы в Москве будут обновляться на новые, разработанные с учётом пожеланий дистрибуторов. Представители АРПП участвовали не только в столичных, но и в региональных мероприятиях. Так, конкретные предложения АРПП, направленные на повышение эффективности доставки печатной продукции, были озвучены на встрече руководителя Администрации Президента РФ С.Е. Нарышкина с почтовыми работниками, которая состоялась в ноябре в г.Тихвин (Ленинградская область). Позицию Ассоциации по актуальным вопросам функционирования рынка СМИ в современных условиях представил на заседании круглого стола в Липецке, организованном управлением по делам печати, телерадиовещания и связи Липецкой области, А.В. Оськин.

Члены Правления положительно оценили деятельность секретариата АРПП за отчетный период.

Участники заседания обсудили предложение Гаврилова С.Д. (ООО «АРПИ «Сибирь») о подготовке в Правительство РФ коллективного Обращения членов АРПП и других общественных организаций о внесении в готовящийся законопроект, освобождающий книжные магазины от налогообложения при списании нераспроданных книг, поправок, дающих возможность распространения действия данного законопроекта, на иную печатную продукцию. Члены Правления приняли решение подготовить консолидированные предложения отрасли для нового состава Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в части совершенствования законодательства в области СМИ и проведению рабочей встречи представителей общественных организаций с представителями профильного комитета ГД РФ.

На заседании был рассмотрен ход подготовки XXII международной конференции АРПП в США (30.03 – 06.04.2012 г). Был высказан ряд предложений по содержанию Российско-Американского форума.

Правление исключило из состава АРПП ЗАО «АРСМИ», ООО Бета-Пак», НП «Комитет по развитию периодической печати», ЗАО Телерадиокомпанию «Мироздание», ООО «Новый Арбат-21», ООО «Пресса Подмосковья», ООО «Медиа-Парк», ООО «Итальянский КДЦ» за систематическую неуплату членских взносов.

**АРПП**

## Московская бизнес-пресса отстает от региональной

**По итогам 11 месяцев 2011 года, рекламные бюджеты, размещенные в локальной деловой прессе 7 городов-миллионников: Екатеринбурга, Казани, Красноярска, Нижнего Новгорода, Новосибирска, Ростова-на-Дону и Челябинска, — выросли на 13% к аналогичному периоду прошлого года. За то же время реклама в московских деловых журналах увеличилась всего на 2% в денежном выражении.**

Обзор региональных рынков деловой прессы проводится на регулярной основе аналитической службой ИД «Абак-Пресс». Исследуется количество единиц, площадь и стоимость размещенной модульной рекламы, исходя из прайсовых цен.

«По итогам 2011 года темпы роста рекламных бюджетов региональной деловой прессы будут значительно выше как федеральных изданий, так и печати в целом, — говорит Наталья Коптелова, директор сети «Деловой Квартал». — Бизнес за пределами столицы очень ориентирован на местный рынок и внимательно следит за аналитикой и новостной картиной своего региона. Очевидным источником такой информации являются локальные деловые издания, журналистская команда которых более глубоко погружена в местные бизнес-реалии, нежели редакции федералов».

По итогам января—ноября 2011 года, 70% рекламных доходов в регионах приносят 10 ключевых рынков. Наиболее высокую динамику показывают рынки транспорта, досуга, одежды, недвижимости и медицины.

Автодилеры продолжили в 4-м квартале наращивать свои рекламные бюджеты. В крупных городах растет число дилеров одних и тех же марок автомобилей, особенно бизнес- и премиум-сегмента. Такая конкуренция за покупателя меняет маркетинговые ориентиры рынка. Теперь в рекламе продвигается не только новый модельный ряд производителя, но и дополнительный сервис конкретного салона. Станции техобслуживания приносят

владельцам дилерских центров до половины всех доходов. В результате рынок частного транспорта входит в тройку самых прибыльных для региональной деловой прессы, сместив бизнес-услуги на 4-е место.

Вслед за транспортом увеличил динамику и рынок досуга, поднявшись относительно рейтинга 2010 года сразу на 2 пункта. Драйверами роста здесь являются рестораны и кафе, привлекающие посетителей сетевым меню, демократичным чеком на бизнес-ланчи, а также удобным расположением не только рядом с офисными центрами, но и в спальных районах города. Кроме того, растут рекламные бюджеты индустрии развлечений: уставшего от постоянных финансовых потрясений покупателя активно зазывают тематические бары, кинотеатры, ночные клубы и организаторы предновогодних гастролей звезд шоу-бизнеса, цирков и театральных постановок.

Вторые по темпам роста после транспорта — рекламные бюджеты модных бутиков. В этом сегменте наиболее заметна маркетинговая активность продавцов женской одежды и обуви. Сегодня в большинстве крупных областных городов представлены практически все марки среднего и премиум сегмента. В борьбе за состоятельного покупателя брэндсы постепенно выходят за пределы рекламного глянца и представляют свои новые коллекции на страницах ведущих деловых изданий.

На рынке недвижимости конец года — традиционное время сдачи крупных объектов. Довольно боль-

шое количество продаваемых сейчас жилых комплексов объясняется тем, что они были заложены в предкризисный 2008-й, когда у девелоперов были оптимистичные планы на будущее. Возможную нехватку площадок в следующем году они стараются сгладить, активно работая над своим имиджем в СМИ.

Кроме того, в 4 квартале существенно возросла динамика рынка медицины и здравоохранения. Частные клиники все активнее заходят на поле муниципальных больниц, предлагая клиентам не только осмотр специалиста, но и проведение операций, и стационар. Основным источником роста этой сферы стали специализированные медцентры, оказывающие услуги в сфере хирургии, офтальмологии, диагностики и косметологии.

За 11 месяцев 2011 года в региональной деловой прессе 7 городов-миллионников было размещено рекламы почти на 600 миллионов рублей.

Говоря о прогнозах на 2012 год, необходимо признать, что, как и по всему рекламному рынку, динамика локальных деловых изданий также замедлится. Однако связано это будет не столько с кризисными ожиданиями, которые больше влияют на ТВ-бюджеты, сколько с исчерпанием эффекта «низкой базы». Бюджеты постепенно восстанавливаются до объемов 2008 года, и медиаинфляция в печати теперь будет четко следовать за общей макроэкономической ситуацией.

**МедиаАтлас**

## ОБ ОПЫТЕ ПОДДЕРЖКИ СМИ ЗАПАДНЫМИ ГОСУДАРСТВАМИ

**Ассоциация распространителей печатной продукции провела анализ рынка СМИ западных стран. Цель исследования: оценка существующих в Европе и США программ государственной поддержки средств массовой информации.**

**Необходимость господдержки периодики была одобрена Советом Европы еще в 70-х годах XX века. В наши дни Комиссия Евросоюза настаивает на сохранении плюрализма без вмешательства во внутренние дела редакций.**

Последствиями мирового финансового кризиса для европейского медиарынка стало закрытие многих изданий, падение продаж розничных тиражей, сокращение подписки. Понимая важность отрасли печатных СМИ для развития своих стран, их правительства в той или иной степени принимают меры по поддержке бумажных изданий, ежегодно направляя большие средства в сектор периодики. Среди прочего, используются прямые финансовые инвестиции, организуются гранты и целевые программы для небольших или находящихся на грани банкротства газет. Из косвенных мер распространено введение по отдельности или в комплексе некоторых видов льгот: налоговых, таможенных, почтово-телеграфных и др.

Так, например, в Испании в отрасли печатных СМИ применяется сниженная ставка налогообложения — 4% (также как и для товаров первой необходимости). Указанные меры дают возможность периодическим изданиям сохранять количество подписчиков, регулировать цены на издаваемую продукцию (сдерживать их рост и в некоторых случаях даже немного снижать), покрывая расходы на доставку и убытки от реализации за счет дотаций государства.

Во Франции в 2009 году было принято постановление, обеспечивающее доступ к бесплатной подписке для молодежи на любое

периодическое издание. Среди других протекционистских мер — освобождение от профессионального налога и пониженные ставки налогообложения на доход от продаж прессы (составляют 2,1% против полной ставки в 19,6%). В этой стране объем господдержки в денежном выражении является одним из самых больших в Европе — 61,5 евро на душу населения в год. Важным шагом для сохранения существующей системы продаж прессы стало разрешение для киосков выполнять функции по выдаче заказов онлайн-магазинов, а также продавать табачную продукцию и сувениры. Правительство страны и лично Президент Франции Николя Саркози активно поддерживают сегмент распространения печатных СМИ путем проведения рекламных компаний через Правительственную службу информации.

В Швеции существует несколько механизмов получения дотаций для СМИ от государства. Так, государство субсидирует расходы на доставку прессы организациям-распространителям, которые создаются путем кооперации нескольких издательств, выпускающих ежедневные газеты. Размер таких субсидий невелик: 1 евро на 100 экз. при распространении до 7 млн. единиц продукции, и 0,5 евро на 100 экз., если объем доставки колеблется от 7 до 21 млн. единиц. Характерная черта рынка Швеции — прямое инвестирование в не-

самые популярные региональные газеты, тиражи и рекламный объем в которых значительно ниже, чем у ведущих изданий. При выполнении ряда условий газета может получить субсидирование, достигающее в некоторых случаях 20% от стоимости ее производства. Также Швеция использует дотации и льготные кредиты для новых изданий, снижение почтовых тарифов, освобождение всех газет от НДС, а государственных и находящихся в тяжелом финансовом состоянии — еще и от налога на доходы от рекламы.

Газеты Норвегии, испытывающие финансовые трудности, имеют право на получение прямых субсидий от государства на производство и распространение. Их объем в среднем составляет 2% от общих доходов изданий. Также существуют освобождение от уплаты некоторых налогов (НДС, налога на доход от розничных продаж), субсидии на газетную бумагу (введены в 1969 г.), целевые займы на особых условиях, предоставление льготных почтовых тарифов, целевая реклама.

Финляндия ввела программы помощи и государственным, и коммерческим изданиям. При этом делается преимущественный акцент на поддержание активности региональных партийных газет. Помощь представляет собой систему прямых дотаций, сумма которых зависит от количества депутатов от партии в Парламенте. Господдержка подписки на все газеты направляется

в форме субсидий, и возмещает расходы на транспортировку и распространение. При плохой экономической ситуации в газете она перестает нести обязанность по уплате налога с оборота и может получить заем на выгодных условиях. В сумме дотации являются самыми большими на душу населения в Европе и составляют 130,6 евро в год. Кстати, через подписку в Финляндии распространяется около 86% всех тиражей.

В Германии для издательств установлена льготная ставка НДС в 7% (против полной, равной 19%). Существует программа бесплатной подписки на 30 журналов для учащихся школ. Объем дотаций на душу населения в 2010 году составил 94,4 евро.

Особенностью стратегии издателей в США стали законодательные инициативы и лоббирование своих интересов перед государством. Они смогли обеспечить широкое распространение института подписки: 85-87% от общих тиражей. В 2010 г. объем господомощи для СМИ в этой стране составил 5,2 евро на душу населения.

В Англии ставка НДС для печатных СМИ составляет 0%, снижены почтовые сборы для доставки подписных изданий. Субсидии ан-

глийского государства в печатную прессу на душу населения одни из самых высоких в мире и равняются 80,4 евро в год.

В Дании для господдержки отрасли применяются косвенные меры: отмена НДС, снижение тарифов на почтовые услуги и льготные ссуды. Прямые субсидии могут выборочно выделяться на модернизацию производства, а также для газет, находящихся в критической финансовой ситуации или, наоборот, на новые проекты.

В Голландии студенты получают возможность бесплатной подписки на один деловой журнал в течение пяти лет.

В Австрии для всех ежедневных изданий установлены льготные тарифы на почтовые услуги, чтобы снизить конечные цены продукции для подписчика. Эти же периодические издания имеют право на прямые дотации, равные для всех.

Италия обеспечивает рынок СМИ определенными дотациями с целью распространения некоторых социально-значимых изданий. Объем господомощи в 2010 г. составил 37,4 евро на душу населения.

Что касается России, то здесь рынок печатной продукции поддерживается слабо. За последнее десятилетие были упразднены

некоторые законы, защищавшие отрасль. Например, в 2002 г. был аннулирован ФЗ №191 от 01.12.1995 об отмене НДС для «издательской и полиграфической деятельности по производству книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, газетной и журнальной продукцией», а также услуг «по транспортировке, погрузке, разгрузке, перегрузке периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой». Торговые точки розничной реализации прессы в России подвергаются сносу, принуждаются к перемещению. Государство отказывается идти навстречу издательским домам в области законодательных инициатив, направленных на защиту рынка печатной продукции. В свою очередь, распространители прессы нередко страдают от изменений территориальными органами власти градостроительных концепций, правил розничной торговли, размещения торговых павильонов и ассортиментной политики. В среднем, дотации Российского государства на поддержку института подписки составляют 0,5 евро в год на одного человека.

АРПП

## Евросоюз хочет изменить НДС на печатную продукцию

На днях Еврокомиссия выпустила анонс об изменениях в системе НДС для европейского региона. Пока рассматривается окончательная Директива для предприятий различных секторов экономики, в т.ч. и прессы, для некоторых из которых налог будет вовсе отменен. Документ должен вступить в силу уже в 2013 году.

Ассоциация издателей ежедневной прессы в Испании (АИЕПИ) удовлетворена решением Европейского Парламента, который одобрил резолюцию, призывающую устранить налоговую дискриминацию между печатными и цифровыми изданиями путем установления нулевой ставки

НДС для обоих видов носителей. Ассоциация издателей европейских газет (АИЕГ), куда входит и АИЕПИ, тоже приветствует данное решение, справедливо полагая, что оно способствует развитию рынка платного цифрового контента, а также повышению уровня образования и культуры европейцев.

Норвежец Ивар Русдаль, Президент Ассоциации, разъяснил, что возможное сравнение налога не предполагает увеличение цен на бумажную продукцию, а, наоборот, поможет снизить реализационные расходы для любого издания. Вся пресса, по его словам, играет ключевую роль в демократичных обще-

ствах, ведь здесь дается импульс политическим дебатам, стимулируется обмен мнениями и информацией, и именно поэтому важно установить для изданий как можно меньшую ставку налога.

АИЕГ указывает, что согласно данным одного из исследований европейского рынка ежедневной прессы, если НДС поднимется на 1%, продажи снизятся на 0,5%. Во многих европейских странах уже применяются сниженные ставки НДС, но для более широкого доступа потребителя к актуальной информации необходимо их дальнейшее снижение.

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 мелкооптовой 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».

### 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).

## 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;

— **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](mailto:pretenzia@sibir.su)

**КОНТАКТЫ**

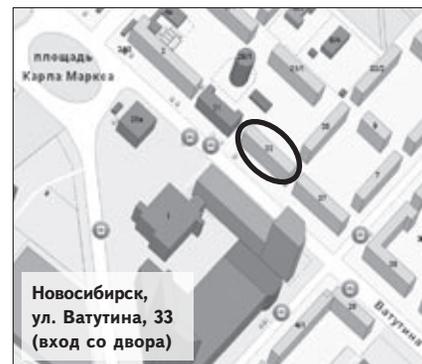
**АДРЕСА:**

- **склад хранения и склад  
рассыла:**  
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**

**ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ**



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. (383) 220-220-1



Время работы магазина: с 6.30 до 17.00.  
Тел. (383) 346-51-83

**Региональные  
подразделения  
ООО «АРПИ «Сибирь»**

**РОССИЯ**

- Москва** — Тел. (499) 748-02-12,  
(916) 306-25-22,  
E-mail: msk@sibir.su
- Екатеринбург** —  
Тел. (904) 540-09-12,  
E-mail: eburg@sibir.su
- Тюмень** — Тел. (345-2) 46-55-15,  
E-mail: tumenrp@arpi-sibir.ru
- Омск** — Тел. (381-2) 539-895,  
E-mail: omskdir@sibir.su
- Красноярск** —  
Тел. (391) 221-93-50,  
E-mail: krsn@sibir.su
- Иркутск** —  
Тел. (395-2) 54-65-52,  
E-mail: irkt@arpi-sibir.ru
- Улан-Удэ** — Тел. (301-2) 44-34-78,  
E-mail: yude@arpi-sibir.ru
- Чита** — Тел. (302-2) 44-21-09,  
E-mail: chita@arpi-sibir.ru
- Хабаровск** —  
Тел. (914) 771-48-81,  
E-mail: habar.dir@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



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. 8-913-375-68-00



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



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. (383-43) 2-04-81



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. (382-2) 51-12-04



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. (381-2) 91-30-88



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
E-mail: fram-kurgan@arpi-sibir.ru



**ДОРОШЕНКО**  
**Роман Николаевич**

Коммерческий директор  
Издательского дома «Бурда»

Дорогие партнеры!

В канун Нового года принято вспоминать год прошедший. В 2011 году у нас было много интересных проектов, встреч, серьезных задач, с которыми мы с вами уверенно справились и достигли конкретных позитивных результатов!

Вместе мы приобрели новый опыт, преумножили свои профессиональные и партнерские качества, нашли новые решения, позволяющие улучшать процесс дистрибуции прессы и качество наших услуг.

От всей души благодарю вас за вашу работу и ежедневный вклад в дистрибуцию журналов и специальных проектов Издательского дома «Бурда» и наших партнеров «Де Агостини», «Иглмосс Эдишинз», «Издательство Панини Рус», «Зейтц Проджект», «Издательский Дом Инпервью»!

Сердечно поздравляю вас и ваших близких с наступающим Новым годом и Рождеством! Желаю вам крепкого здоровья, счастья и успехов!



*С Новым годом!*

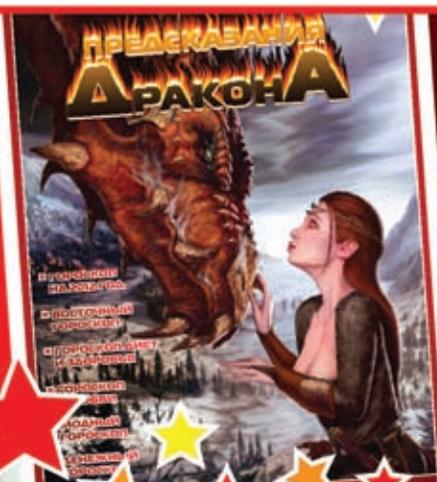


# Внимание!

Новогодние подарки  
от издательства «Паблик»  
Не пропустите!

В продаже с 26 декабря 2011 года

Спецвыпуск от журнала «ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ И ИДЕИ»



А-4, 36 полос, выход 1 раз в 2 месяца

## «Предсказания дракона»

Самые важные предсказания от «Дракона», который почитается во всем мире и считается олицетворением крепкого здоровья, счастья и удачи! Все предсказания сбываются!



А-5, 68 полос, выход 1 раз в месяц

## «Вкусно» – пальчики оближешь!»

Только у нас калейдоскоп праздничных и старинных рецептов и к Новому Году, и к Рождеству, и к старому Новому году!

## Дорогие наши читатели!

В волшебную новогоднюю ночь пусть придут в каждый дом праздник, радость, веселье и согреют теплом ваши души. Примите от коллектива издательства «Паблик» самые искренние поздравления с Новым годом и Рождеством!

Директор ООО Издательства «Паблик»

У. А. Оршкин

# Сделайте правильный выбор!