ПРЕССА в Сибири

№ 2 (469) 17 • 23 января 2011 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

В НОМЕРЕ

ДЛЯ СМИ СНИЖЕНЫ ТАРИФЫ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ В ВНЕБЮДЖЕТНЫЕ ФОНДЫ РФ

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

БРЕЛОКИ И СУВЕНИРЫ

Заказывайте в АРПИ «Сибирь»

ОТ РЕДАКЦИИ

Уважаемые коллеги!

В этом номере журнала мы публикуем для вас новости законодательства. С 1 января 2011 г. вступил в силу закон, устанавливающий для СМИ пониженные тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды РФ. Президент утвердил внесение поправок в закон о торговле.

А также в «Прессе в Сибири» вы найдёте прогнозы о будущем печатных СМИ от председателя Правления АРПП А. Оськина и директора «Первого полиграфического комбината» Д. Дементьева.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

ПРЕССА в Сибири
www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

№ 2 (469) 17 — 23 января 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 **13.01.2011 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	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
б	Сканворды с поворотными стрелками	↑	2011/2	7,13	7,65	8,60	11,00
г	А ну - ка, разгадай	↑	2011/2	8,18	8,75	9,90	14,50
г	Авторевю	↑	2011/5	57,79	61,90	69,40	110,00
г	Азбука Домоводства	↑	2011/2	8,19	8,80	9,90	15,00
г	Бабьи хлопоты	↑	2011/1	16,19	17,40	19,50	30,00
г	Еще	↑	2011/1	25,91	27,80	31,10	41,00
г	Любимое вязание	↑	2011/2	11,42	12,25	13,70	21,00
г	Очень вкусно - ели сами	↑	2011/2	10,71	11,55	12,90	19,50
г	Пирамида сканвордов	↑	2011/3	5,52	5,95	7,50	14,00
г	Рататуй	↑	2011/2	9,12	9,80	11,00	15,00
г	Сканворды - В Яблочко!	↑	2011/3	5,56	5,95	6,70	9,00
г	Сканворды - Клякса	↑	2011/3	3,98	4,35	5,00	10,00
г	Сканворды - Соломон	↑	2011/3	5,52	5,95	7,50	14,00
г	Сканворды на кухне	↑	2011/3	7,80	8,40	9,40	14,00
г	Сканворды Сложные	↑	2011/2	7,13	7,65	8,60	11,00
г	Счастливы вместе (Дамсовет)	↑	2011/2	10,92	11,70	13,10	20,00
г	Твой доктор	↑	2011/7	8,68	9,35	10,50	16,00
г	Твой доктор. Спецвыпуск	↑	2011/2	8,62	9,25	10,40	15,50
г	Третий глаз и магия	↑	2011/2	8,14	8,75	9,80	15,00
г	Удачный сканворд	↑	2011/2	3,61	4,15	4,40	9,50
г	Чудо-Чадо	↑	2011/2	11,09	11,90	13,40	21,00
гмку	Меридиан. Курган-Шадринск	↑	2010/1	10,29	11,05	11,40	13,50
ж	GRAZIA	↑	2011/7	45,57	48,95	54,70	75,00
ж	National Geographic (Москва)	↑	2011/мар	66,05	71,30	79,30	120,00
ж	National Geographic	↑	2011/мар	66,67	71,95	80,00	115,00
ж	Дачники	↑	2011/2	6,98	7,50	8,40	10,50
ж	Джинн. Журнал сканвордов	↑	2011/1	12,91	13,85	15,50	21,00
ж	Клуб 4х4	↑	2011/3	93,10	100,20	111,80	165,00
ж	“Люблю готовить.Сборник рецептов (Постные блюда) “”на спирали”” “	↑	2011/1	66,61	71,30	80,00	100,00
ж	Пирамида сканвордов. Спецвыпуск	↑	2011/1	20,08	21,55	24,10	31,00
прт	Ледниковый период. Коллекция животных	↑	2011/24	128,49	137,50	154,20	185,00
прт	Ранетки девчонки звезды	↑	2011/22	130,43	136,65	156,60	215,00
прт	Русские танки	↑	2011/11	222,78	238,40	267,40	385,00
прт	Черепашки Ниндзя . Боевая четверка	↑	2011/22	93,21	97,65	111,90	145,00

ВЫПУСК ПРЕКРАЩАЕТСЯ

Выпуск журнала «Женские секреты. Дети» прекращён.

ПРИСТАНОВИЛИ

Выход журнала «Ледниковый период 3: Эра Динозавров» приостановлен.

Снижены тарифы страховых взносов во внебюджетные фонды РФ для СМИ

С 1 января 2011 г. вступил в силу закон, устанавливающий для СМИ пониженные тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды РФ.

С 1 января 2011 года вступил в силу Федеральный закон от 8 декабря 2010 г. № 339-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». Закон устанавливает для страхователей в сфере СМИ пониженные тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды Российской Федерации.

Минкомсвязь России 23 декабря 2010 г. направила на согласование в Минздравсоцразвития России проект Постановления Правительства Российской Федерации «О порядке подтверждения полномочий плательщиков страховых взносов в государственные внебюджетные фонды Российской Федерации — российских организаций и индивидуальных предпринимателей по производству, выпуску в свет (в эфир) и (или) изданию средств массовой информации (за исключением средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного и (или) эротического характера), а также ведения уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти реестра указанных плательщиков страховых взносов».

Проект Постановления подготовлен в целях реализации положений подпункта «в» пункта 14 статьи 1 закона Российской Федерации от 8 декабря 2010 г. № 339-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Согласно положениям данного закона право на уплату страховых взносов по пониженным тарифам возникает у плательщика, основным видом экономической деятельности которого является издание газет, издание журналов и периодических публикаций, деятельность в области радиовещания и телевидения или деятельность информационных агентств.

Кроме того, плательщик не должен выпускать эротические или рекламные СМИ.

Для контроля уплаты страховых взносов страхователями в сфере СМИ Пенсионный фонд Российской Федерации будет пользоваться двумя реестрами. Одним для подтверждения основного вида деятельности страхователя и другим — для подтверждения отсутствия в портфеле страхователя эротических или рекламных СМИ.

Подготовленный Минкомсвязью России проект постановления утверждает порядок, по которому будут подтверждаться полномочия страхователей в сфере средств массовой информации по производству неэротических и нерекламных СМИ. Согласно порядку, Роскомнадзор будет формировать перечень страхователей, осуществляющих производство неэротических и нерекламных СМИ, и передавать его в Пенсионный фонд Российской Федерации.

В частности, порядок определяет состав подлежащих включению в реестр сведений о страхователях, а также перечень документов, подлежащих представлению страхователем в сфере средств массовой информации с целью подтверждения полномочий. Так, согласно порядку, для подтверждения полномочий страхователь в сфере средств массовой информации не позднее 10 числа последнего месяца квартала представляет следующие документы в территориальный орган Роском-

надзора по месту регистрации страхователя в сфере средств массовой информации в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя:

- заявление на подтверждение полномочий по форме, утвержденной Роскомнадзором;
- нотариально заверенную копию свидетельства о регистрации средства массовой информации, указанного в заявлении;
- устав редакции средства массовой информации, либо договор, указанный в статье 22 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации», подтверждающие, что производство, выпуск в свет (в эфир) и (или) издание средства массовой информации, указанного в заявлении, осуществляется страхователем в сфере средств массовой информации, подавшим заявление, или их нотариально заверенные копии;
- выписку из единого государственного реестра юридических лиц или выписку из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей или их нотариально заверенные копии.

В случае, если страхователем представлена полная и достоверная информация, Роскомнадзор вносит данного страхователя в перечень, который по окончании квартала передаётся в ПФР.

Страхователь считается имеющим полномочия по производству неэротических и нерекламных СМИ с начала того квартала, в котором он включён в перечень Роскомнадзора, до того момента, пока он не будет исключён из этого перечня. Основания исключения сведений о страхователях из реестра также определяются порядком.

В случае каких-либо изменений в составе портфеля производимых СМИ, их характере и т.п. страхователь должен уведомить об этом Роскомнадзор.

Порядком предусматривается возможность взаимодействия между Роскомнадзором и страхователем посредством Единого портала государственных и муниципальных услуг.

Кроме того, в рамках иного Постановления Правительства Российской Федерации предстоит определить механизм подтверждения основного вида экономической деятельности страхователя. Ожидается, что ключевым документом для подтверждения вида деятельности будет являться уведомление Фонда социального страхования Российской Федерации, выдаваемое в целях установления размера страховых взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

В данный момент совместная работа в этом направлении ведётся Минкомсвязью России, Минздравсоцразвития России и Фондом социального страхования Российской Федерации.

ГИПП

Медведев утвердил внесение поправок в закон о торговле

Президент РФ Дмитрий Медведев подписал федеральный закон о внесении изменений в закон о торговле и отдельные законодательные акты РФ. Документ, опубликованный в понедельник, был подписан 23 декабря.

Ранее, 10 декабря, закон был одобрен Госдумой, а 15 декабря — Советом Федерации.

В частности, документ вносит коррективы в статью 11 закона о торговле, устанавливающую требования к организации ярмарок, а также продажи товаров на них и оказания услуг. Кроме того, в федеральный закон «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс РФ» вносится уточнение, что требования к организации ярмарок также регулируются в соответствии с законом о торговле.

Также региональным властям предоставляются полномочия по реализации государственной политики, разработке и реализации мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности, и иные полномочия в соответствии с законом о торговле.

Закон об основах госрегулировании торговой деятельности в РФ вступил в силу 1 февраля 2010 года, а переходный период, в течение которого ритейлеры должны были привести договоры с поставщиками в соответствие с законом, завершился 1 августа.

РИА Новости

Дмитрий Дементьев: «ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ НЕТ»

Дмитрий Дементьев, генеральный директор «Первого полиграфического комбината», о самых заметных событиях 2010 года, непростой жизни российской полиграфии и будущем печатной прессы.

Самые заметные события 2011 года

Конечно, это снижение таможенных пошлин на некоторые виды бумаги (с 5 до 15%) и отмена Флорентийского соглашения. Судя по всему, снижение таможенных пошлин продлили еще на год, однако официальных бумаг я пока не видел. Что касается Флорентийского соглашения, по некоторым данным также произошла «отмена его отмены». Есть информация о письме ФТС, которое отменяет решение о снятии таможенных льгот с периодики. Но исполнителям — таможенным постам, взимающим ввозные пошлины, этот документ еще не поступил. Они работают по предыдущему письму (отменяющему «флорентийку») и облагают пошлинами всю бумагу для периодических изданий. Скорее всего, новое распоряжение вступит в силу с нового года. Тогда и можно будет говорить о возврате льгот на ввоз бумаги для периодики.

Вообще, не стоит зацикливаться на двух этих, пусть и весьма знаковых для отрасли, событиях. Нужно строить бизнес здесь и сейчас, работать в тех условиях, которые существуют на сегодняшний день.

О возвращении издателей в российские типографии

Массового перевода изданий на российскую полиграфическую базу после снижения таможенных пошлин, как этого ожидали некоторые игроки рынка, не случилось. Единичные случаи возвращения не стали тенденцией. Если издатель видит преимущества в переводе каждого конкретного издания в отечественную типографию, то возвращает печать в Россию. Тотальное возвращение издателей в российские типографии произойдет, только если будут введены пошлины на ввоз готовой печатной продукции.

О полиграфической НЕотрасли

В России создается благоприятный климат для развития полиграфии. Только зарубежной, а не отечественной. Наши леса вывозятся за рубеж без таможенных сборов. Бумага, в том числе произведенная и из российского дерева, импортируется с 5-ти и 15-ти процентной ставкой. Полиграфического машиностроения в России нет, все оборудование — немецкое, индийское, китайское и т.д. При этом импортируемая готовая печатная продукция, произведенная зарубежными типографиями для российских издателей, не облагается ввозными пошлинами. В России просто нет условий для становления полиграфии.

Издательско-полиграфической отрасли в России нет. Издатели - это связь и телекоммуникации, полиграфия - деревообрабатывающая промышленность, распространение прессы - торговля. Связки нет. Вот в таких условиях мы и работаем.

А западные коллеги удивляются: наши полиграфические комбинаты устроены лучше, чем в Европе. Мы даже имеем в штате собственную сервисную службу, тогда как в Европе для ремонта и сервисного обслуживания оборудования прибегают к услугам сторонних компаний.

О 2011-м полиграфическом годе

В будущем году цены на полиграфические услуги будут расти. Они не повышались несколько лет. На цены повлияло множество факторов — инфляция, рост цен на расходные материалы, увеличение затрат на энергию и т.д. Что касается цен на бумагу, поставщики возвращаются к практике ежеквартального повышения цен, как это было до кризиса.

ППК поставил перед собой на 2011 год достаточно серьезные планы - развитие производственных мощностей, дальнейшее повышение качества печати, увеличение загрузки оборудования. Год начнем с инсталляции двух новых машин для скрепления скобой, что позволит расширить портфель заказов.

Про 3D-обложки и 3D-рекламу

Это мода и она пройдет. В советское время популярны были переливающиеся варио-календарики. Сейчас ими вряд ли кого-то заинтересуешь. Потребитель непостоянен, сегодня он увлечен одним, завтра в центре внимания — что-то новое. Его интерес нужно постоянно держать в напряжении, не отпускать. Появление 3D в печати — явный признак того, что издатели готовы бороться за своих читателей.

В печати 3D-изображений для полиграфии нет ничего нового или сложного — никаких новых технологий или материалов не используется. Самая сложная работа у дизайнеров-верстальщиков: нужно правильно подготовить макет.

Про спасение печатных СМИ

Я считаю, что над популяризацией чтения должны работать не только издатели, но и родители, и школа. Привычку читать книги, газеты и журналы нужно прививать с детства. Раньше мы были ограничены в получении информации: были доступны два телевизионных канала, радиоточка, кинотеатр (10 копеек за сеанс). Поэтому много читали, выписывали журналы-газеты, книги были в дефиците. Сейчас источников информации много. В итоге получается какофония, человеку (и уж тем более ребенку) трудно сориентироваться в информационной лавине.

Про смерть печатной прессы 28 декабря 2037 года

А кто будет у власти в это время? От этого в большой степени зависит информационная политика. Но в любом случае, я не думаю, что печатная пресса исчезнет. Пресса — четвертая власть. Качественная аналитическая пресса, возможно, станет своеобразным неформатом, как театр — на любителя. На смену недорогим массовым изданиям придут бесплатные корпоративные издания для клиентов. Этот рынок уже развивается и имеет большой потенциал. Печатная пресса трансформируется, но не умрет.

Media-Day.ru

Будущее рынка печатных СМИ

Новый год вызывает естественное желание поговорить о будущем. О будущем печатных СМИ пока не высказался только ленивый.

Однако, конечно, просто сказать, что будущего у печатных СМИ нет. Что, конечно же, не соответствует реалиям. Будущее у печатных СМИ, безусловно, есть, но не у всех. Тиражи будут скромными, издания - дорогими и предназначенными для элиты.

Будущее журналов - квазипланшетность, т.е. сочетание электронной бумаги и технологии подачи информации в ленте iPad-ов. Плюс всевозможные развлекательные прибамбасы - генерация запахов, например.

Киоски прессы тоже трансформируются, превратятся в павильоны информации и услуг. Исчезнут книжные магазины, и вместо них будут работать пункты по изготовлению книг по требованию, не будет проблем со списанием, возвратом книжной продукции. Тираж будет ровно таким, каким будет спрос на книгу.

Что касается Интернета - всемирной информационной помойки, сеть возьмут в узду системой законодательных ограничений и новыми технологиями. Понятно, что мы движемся к интеграции телевидения и Интернета с возможностью использования планшетных устройств и мобильных телефонов нового поколения.

Хорошо ли это будет для широких народных масс? А как можно отнестись к восходу или заходу солнца вручную?

Шах Ирана любил вставать утром и говорить солнцу “Взойди!” и солнце всходило. Вечером он выходил на балкон и говорил солнцу “Зайди!” и оно заходило. И как-то визирь спросил его “Ваше величество, а почему бы вам в полдень не дать команду солнцу зайти?”. И шах глубокомысленно ответил: “Бессмысленно отдавать команды, которые никто не исполнит”.

Вы спросите, при чём здесь рынок СМИ? А все очень просто. Преждевременно хоронить печатные СМИ, пока это не произойдет естественным путем. А для всех нас в наступающем году актуален лозунг - изменись или погибнешь.

Александр Оськин,
председатель
Правления Ассоциации распространителей печатной продукции

Работа с клиентами ведется **на основании договора или через мелкооптовые 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 (в Новосибирске — от 70 000 рублей).

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» 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 Кузнецову Александру Петровичу (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

АРП «ФРАМ»

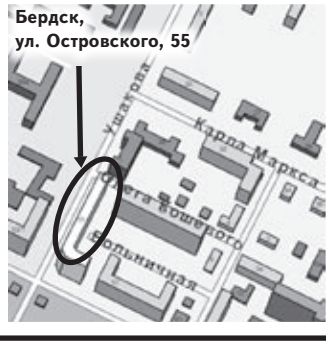
Склад: тел. (383) 22-77-891

Магазины мелкооптовой торговли

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

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

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



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

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

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

ТОП КНИГА

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).*

РАСТУЩИЕ ИГРУШКИ

Заказывайте в АРПИ «Сибирь»

- волшебные пузырьки
- морские обитатели
- подводный мир
- фрукты, овощи

Игрушка, растущая в воде – замечательный подарок для любого ребенка.
Стоит положить маленькую фигурку, легко помещающуюся на детской ладошке, в воду – и она начинает расти. И не просто расти, а расти очень быстро.
Игрушка достигает размера в 6-8 раз превышающего изначальный.

ИЗДАТЕЛЬСТВО

ПАБЛИК

Внимание, новинки!

В продаже уже в январе

Технические характеристики:
формат А-5
36 полос
мелованная обложка
пачка 100 шт.
вес 25 гр.
Выходит 1 раз в месяц

Сделай правильный выбор!