



ПРЕССА в Сибири

№ 17 (482)

2 • 8 мая 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

№ 6/2011
САБРИНА

Яркие пляжные модели, женственные кофты и нежные сарафаны, молодёжные пуловеры и жакеты — множество оригинальных идей специально для лета.

Не забудьте
сделать заказ



В НОМЕРЕ

**ЭЛЕКТРОННЫЕ
НОСИТЕЛИ
ИНФОРМАЦИИ
НЕ ЗАМЕНЯТ
БУМАГУ**

•
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

**С днём
Победы!**

*Уважаемые коллеги,
поздравляет вас с
днём победы в Великой
отечественной
войне! Желает вам
благополучия, здоровья и
мира.*

*Коллектив АРПИ
«Сибирь»*

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРШ «СИБИРЬ»!



Контроль
подлинности товара
в торговой точке

**КВОТНАЯ ЦЕНА
97 КОП.**

Размер 100x70 мм

Выверенные

пропорции

для заполнения

Матовая бумага

Удобный формат

фасовки —

50 шт. в термоусадочной
плёнке

В пачке — 1000 шт.

Товар включён в программу
«Единая цена».

Вы не платите за доставку!

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ!

Уважаемые коллеги!

Сегодня мы предлагаем вашему вниманию подборку материалов, объединённых общей темой, которая уже долгое время волнует и продолжает волновать и читателей, и распространителей прессы, — не будут ли традиционные СМИ вытеснены с рынка онлайн-изданиями, а бумажные книги — электронными.

В нашей подборке — мнения экспертов и участников медиарынка: Александра Оськина, председателя правления АРПП; Сергея Степашина, президента Российского книжного союза; Марины Давыдовой, исполнительного директора ГИПП.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

№ 17 (482) 2 — 8 мая 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 28.04.2011 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.

ВЕСТНИК ЗОЖ
Рекомендуемый индекс — 12 руб.
№ 8 (480), апрель 2011 г.

ИССЫВ В НОМЕР
О БЛИЗКОМ И ДАЛЬНЕМ
Сейчас очень популярна фраза «Позаботьтесь о себе!» или «Заботьтесь о себе, любите себя», или «Надо любить себя». Какое-то время «себя» надо было защищать, выживать, бороться, а теперь надо было заботиться, любить, заботиться о себе. Но забота о себе — это не только забота о себе, это забота о близких, о родных, о друзьях, о тех, кто рядом с вами. Это забота о будущем, о том, что будет завтра, о том, что будет послезавтра. Это забота о том, чтобы вы и ваши близкие были здоровы, чтобы вы и ваши близкие были счастливы, чтобы вы и ваши близкие были успешны. Это забота о том, чтобы вы и ваши близкие были достойны, чтобы вы и ваши близкие были уважаемы, чтобы вы и ваши близкие были любимы. Это забота о том, чтобы вы и ваши близкие были счастливы, чтобы вы и ваши близкие были успешны, чтобы вы и ваши близкие были достойны, чтобы вы и ваши близкие были уважаемы, чтобы вы и ваши близкие были любимы.

НЕЗАМЕНИМЫЕ РЕЦЕПТЫ
В работе и жизни человека много сложного. Но секрет, что в работе и жизни человека много простого. И если вы найдете этот секрет, вы сможете справиться со всеми трудностями. И если вы найдете этот секрет, вы сможете справиться со всеми трудностями. И если вы найдете этот секрет, вы сможете справиться со всеми трудностями.

ИТАТА НОМЕРА
Вести Вести! Ты не спишь, спишь. Спишь-спишь. И, как всегда, как всегда «ЗОЖ» для тебя так полезен.

Адрес: Остроумному А.Г., 008034 г. Волгоград, ул. Костюкова, д. 19, кв. 62.

Устрани причину — уйдут болезни

Спорт и закаливание

Как бороться с депрессией

Говорите старикам о любви

Приступы отступили

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
ж	Computer Bild + DVD	↑	2011/14	79,51	85,15	95,50	120,00
ж	Hello Kitty + подарочное вложение	↑	2011/8	139,49	149,80	167,40	235,00
ж	Hot Wheels + подарочное вложение	↑	2011/8	94,48	101,45	113,40	170,00
ж	SCIENCE ILLUSTRATED/ Иллюстрированная Наука	↑	2011/9	49,97	53,50	60,00	75,00
ж	Веселые гонки	↑	2011/3	45,13	48,30	54,20	80,00
ж	Веселые игры	↑	2011/8	43,55	46,95	52,30	70,00
ж	Винни и его друзья (Винни-Пух)	↑	2011/8	56,02	60,15	67,30	100,00
ж	Винни Пух. Спецвыпуск (с наклейками)	↑	2011/3	56,55	60,75	67,90	100,00
ж	Дисней для малышей	↑	2011/8	56,00	60,15	67,20	100,00
ж	Дисней для малышей. Спецвыпуск	↑	2011/5	55,95	60,10	67,20	95,00
ж	Звездные войны. Войны Клонов (+ DVD)	↑	2011/8	83,22	89,05	99,90	125,00
ж	Играем с Барби	↑	2011/8	55,98	60,10	67,20	100,00
ж	Играем с Барби. Спецвыпуск	↑	2011/5	55,63	59,55	66,80	100,00
ж	Комикс Disney	↑	2011/8	60,59	64,85	72,80	95,00
ж	Лунтик	↑	2011/10	50,39	54,20	60,50	90,00
ж	Лунтик	↑	2011/8	50,39	54,20	60,50	90,00
ж	Лунтик Спецвыпуск	↑	2011/3	50,27	54,05	60,40	75,00
ж	Лучшие компьютерные игры (+ 2 DVD-Rom)	↑	2011/6	215,22	230,80	258,30	310,00
ж	Маша и Медведь	↑	2011/8	48,70	52,15	58,50	75,00
ж	Мой маленький пони	↑	2011/8	81,22	86,95	97,50	130,00
ж	ОК! (Москва)	↑	2011/27	40,86	44,00	49,10	70,00
ж	ОК! (Регион)	↑	2011/27	33,97	36,35	40,80	55,00
ж	Принцесса + подарочное вложение	↑	2011/8	92,85	99,70	111,50	165,00
ж	Принцесса Спецвыпуск	↑	2011/4	93,30	99,85	112,00	155,00
ж	Простоквашино	↑	2011/8	33,36	35,85	40,10	60,00
ж	Раскраска Любимые герои	↑	2011/15	25,38	27,35	30,50	40,00
ж	Раскраска с наклейками	↑	2011/16	43,95	47,05	52,80	70,00
ж	Рисуем мультики	↑	2011/8	83,22	89,05	99,90	140,00
ж	Смешарики	↑	2011/8	55,91	60,05	67,10	100,00
ж	Смешарики Спецвыпуск	↑	2011/4	55,99	59,95	67,20	100,00
ж	Страна советов, секретов, рецептов	↑	2011/2	6,59	7,05	8,00	10,00
ж	Страна советов, секретов, рецептов	↑	2011/3	7,83	8,40	9,40	12,00
ж	Сумерки	↑	2011/8	56,11	60,05	67,40	100,00
ж	Сумерки. Спецвыпуск	↑	2011/2	94,74	101,40	113,70	170,00
ж	Тачки + коллекционные машинки	↑	2011/8	105,04	112,40	126,10	160,00
ж	Тачки + коллекционные машинки. Спецвыпуск	↑	2011/3	105,04	112,40	126,10	160,00
ж	Том и Джерри	↑	2011/8	47,86	51,40	57,50	90,00
ж	Тошка	↑	2011/8	56,56	60,75	67,90	100,00
ж	Тошка Спецвыпуск	↑	2011/3	56,29	60,80	67,60	100,00
ж	Трансформеры + CD	↑	2011/8	95,11	102,15	114,20	170,00
ж	Трансформеры. Спецвыпуск	↑	2011/1	97,39	104,60	116,90	175,00
ж	Узнавайка Disney + подарочное вложение	↑	2011/8	94,34	101,30	113,30	165,00
ж	Узнавайка Disney. Спецвыпуск	↑	2011/2	93,86	100,80	112,70	160,00
ж	Феи + подарочное вложение	↑	2011/8	93,38	100,25	112,10	165,00
ж	Финес и Ферб	↑	2011/8	41,45	44,35	49,80	65,00
ж	Чародейки	↑	2011/8	55,98	60,10	67,20	100,00
ж	Чародейки. Спецвыпуск	↑	2011/1	55,98	60,10	67,20	100,00
ж	Юный путешественник (National Geographic)	↑	2011/8	55,98	60,10	67,20	100,00
ж	Юный эрудит (с наклейками)	↑	2011/8	55,98	60,10	67,20	85,00
кат	Hair's How Coloring: Перманентное окрашивание	↓	2011/6н	584,18	625,10	701,10	880,00

Тема номера: **ЭЛЕКТРОННЫЕ НОСИТЕЛИ ИНФОРМАЦИИ НЕ ЗАМЕНЯТ БУМАГУ**

Сегодня мы предлагаем вам подборку материалов, объединённых общей темой, которая продолжает волновать и читателей, и распространителей прессы, — не будут ли традиционные СМИ вытеснены с рынка онлайн-изданиями, а бумажные книги — электронными.

В нашей подборке вы можете ознакомиться с мнениями участников медиарынка и их аргументами.

Александр Оськин, председатель правления АРПП: Вперед, к успешному медиапрошлому!

Странные новости пришли из Швейцарии. Странно, потому что неожиданно для подавляющего большинства издательских домов, как в Европе, так и в России. Мы все находимся в непрерывном творческом поиске, пытаемся ответить на вызовы времени. Как развивать бизнес в условиях дигитализации индустрии, диктатуры Интернета и падения интереса к чтению у населения.

Так появилась «Концепция 360 градусов», «Комсомолка» и «Коммерсантъ» прочно встали на путь мультимедийности, кроме традиционных печатных СМИ создали сайты, электронные версии СМИ, свое радио и телевидение. Обратились издатели и к мобильным системам. «Индепендент Медиа» лидирует в мобильных системах, адаптируя свой продукт к различного рода планшетникам. И все в восторге от подобных новаций. А тут сенсация — Швейцария. Местный медиахолдинг, который в своем хозяйстве имел все в части мультимедийности, решил продать свои аудиоактивы, отказаться от радио и телеканалов и сосредоточиться на профессиональном бизнесе, то есть на традиционной печатке. Возникает сразу вопрос — может это сделано не от



хорошей жизни? Может финансовое положение цюрихской компании не позволяет далее роскошествовать в мультимедийке? Ан нет, факты говорят о другом.

«Между тем, финансовые результаты издательского дома за 2011 год превзошли все ожидания. Чистая прибыль возросла более чем вдвое, до 110,8 млн. франков. Для сравнения, в 2009 (кризисном) году она составила 46,7 млн. франков. Оборот возрос на 7,6%, достигнув 806,3 млн. франков. Из этой суммы один лишь финансовый успех вы-

пускаемых здесь газет и журналов возрос на 5,1%».

Таким образом, от хорошей жизни и достигнув после кризиса хороших результатов, владельцы и топ-менеджеры решили поменять свой курс развития на 180 градусов. Вот их позиция: «Мы не верим в сочетаемость всех видов средств массовой информации».

Я бы добавил к вышеперечисленному аргументу, что холдинг не просто отказался от непрофильных активов, но и скорректировал свое печатное хозяйство. Tamedia отказался от, в целом, успешных автомобильных журналов, придя к резонному выводу, что раскрученные мировые журнальные бренды в данной сфере имеют лучшие перспективы для развития. Как тут не вспомнить выражение великого Льва Толстого, которое он любил повторять молодым писателям: «Кто умеет и в силах самого себя вычеркивать, тот далеко пойдет».

Эта мысль в полной мере касается издательского бизнеса, очень редко издатель способен относиться к своим газетам и журналам не как к любимому ребенку, а как к товару, который способен рождаться, достигать зрелости и умирать. В этом плане на нашем рынке такую трезвую

политику в отношении своих продуктов осуществляет ИД «Бурда». Здесь уже много лет г-н Листевник весьма умело открывает и закрывает свои журнальные проекты. Обратных примеров огромное множество - издатели при плохих продажах своих газет и журналов часто обвиняют распространителей, мол, вы плохо торгуете...

Почувствовали бы у Листевника и у швейцарской команды в Tamedia и прекратили бы забивать торговые каналы сбыта печатных СМИ издательским мусором.

Я вот, к примеру, вторую неделю как нормальный читатель, гоняюсь за выпусками МК с приложениями «Сад и огород». Эти выпуски рас-

хватывают, а на полках остается масса изданий, мне не нужных. Может они нужны другим людям? Все определяет баланс между спросом и предложением. Но вот трезвости и прагматичности в части медиа-бизнеса на нашем рынке очень не хватает.

Блог Александра Оськина

Ничто не заменит радость от чтения книги

Председатель Счетной палаты, президент Российского книжного союза Сергей Степашин считает, что электронные носители информации, которые завоевывают рынок, никогда не смогут заменить бумажные книги и, внимание, радости от их чтения.

— Прошу прощения за такое сравнение, но нельзя заменить живую красивую женщину на резиновую, — заявил Сергей Степашин журналистам в Питере в четверг после церемонии открытия 6-ого Международного книжного салона.

Однако, Сергей Степашин признаёт, что ситуация в книжной отрасли очень непростая.

— В 2010 году произошло резкое снижение финансово-экономических показателей у издателей и полиграфистов, аналогичная картина наблюдается в книжной торговле.



Особенно сильно кризис затронул издателей научной и образовательной литературы, где средние тиражи упали до 2–2,5 тысяч экземпляров, а у небольших профильных издательств — до нескольких сотен, — говорит он. — Во многом это связано с развитием информационных технологий, изменением стандартов

в области образования. Традиционные печатные издания понемногу вытесняются электронными книгами и интернетом. Рынок покрывает волна пиратства, а законодательных мер и практической борьбы с ним явно недостаточно. При росте цен и удорожании потребительской корзины у людей не хватает денег на книги.

Главной и ключевой задачей Российского книжного союза Сергей Степашин считает сохранение книжных традиций и формирование потребности в чтении.

По его словам, РКС сегодня — это мощный инструмент, консолидирующий всё книжное сообщество, способный создавать яркие и масштабные проекты, активно поддерживать и развивать региональные мероприятия, защищать и отстаивать интересы отрасли.

Составлено по материалам журнала «Планета СМИ»

ПРИЕМ ВОЗВРАТА

На издание «Верена. Спецвыпуск. Носки» принимается только фактический возврат (необходимо сдавать не обложки, а целые журналы).

ВЫПУСК ПРЕКРАЩАЕТСЯ

Выпуск журнала D' прекращается.

МЕНЯЕТСЯ ДАТА ВОЗВРАТА

Изменена дата возврата на журнал «Saveurs» № 2. Новая дата возврата в Новосибирск — 09.05.2011.

ПРОДЛЕН СРОК РЕАЛИЗАЦИИ

Реализация коллекционных карточек «Континентальная Хоккейная Лига. Сезон 2010-2011» продлена до 30 июня 2011 г., возврат будет осуществляться вместе с «Эксклюзивными карточками игроков КХЛ. Сезон 2010-2011».

100 % ВОЗВРАТ

С 1 мая 2011 г. на издания «Народный лекарь», «Народный лекарь. Энциклопедия здоровья», «Народный лекарь. Спецвыпуск» предоставляется 100% возврат.

«Кричать о том, что печать умирает, преждевременно»

В марте Гильдия издателей периодической печати избрала нового исполнительного директора — Марину Давыдову. В интервью она отвечает на вопрос, как ГИПП будет решать основные проблемы, стоящие на пути успешного развития печатной отрасли в России?

— Как бы вы обозначили основные проблемы, с которыми сталкивается печатная индустрия в России и в решении которых гильдия реально может помочь издателям?

— Трудно сказать, какую бы проблему я поставила на первое место, но могу сказать, что цифровизацией, назовём её так, мы занимаемся уже давно, минимум лет семь. На каждой отраслевой конференции издатели обсуждают свои цифровые стратегии и говорят о том, что без активности в интернете строить сейчас свою издательскую деятельность бессмысленно. Масса контентных, не сервисных, проектов в интернете создана выходцами именно из традиционных, преимущественно печатных СМИ.

С другой стороны, мы занимаемся традиционными проблемами печати. Конечно, и на Западе, и у нас уже есть примеры, когда издатели закрывают бумажные версии своих газет и уходят в онлайн, но всё-таки издательские дома в России по-прежнему получают большую часть дохода от бумаги. Интернет пока не приносит столько денег, чтобы прокормить редакцию. Производить контент всегда было дорого, а рекламы в Сети на всех пока не хватает. Так что кричать о том, что «печать умирает», по



крайней мере в нашей стране, преждевременно.

Данные международной газетной ассоциации WAN-IFRA показывают, что стагнируют только развитые рынки печати — США и Европа, и даже там падение не катастрофично. На развивающихся рынках растут и тиражи, и рекламные доходы. Последние исследования TNS в России тоже говорят о том, что аудитория печатных СМИ растёт, причём в ряде случаев больше чем на 10% в течение последних нескольких месяцев.

— Если печать, а не интернет по-прежнему остаётся приоритетным направлением издательского бизнеса, то какие трудности можно выделить именно в этой области?

— Самая большая — распространение, причём как розничное, так и по подписке. И год от года дела идут всё хуже.

— На отчётном собрании гильдии первый заместитель гендиректора «КП» Александр Чепель предложил провести кампанию по продвижению печатных СМИ как носителя информации и рекламы. На первый взгляд, идея спорная. Гильдия её поддерживает?

— Сама по себе идея не нова. Несколько лет назад один из британских журналов (кажется,

Economist) повёл себя как унтер-офицерская вдова, провозгласив, что газеты умирают и перспективы есть только у интернета. Какую цель он преследовал? Сложно сказать. Может, хотел привлечь читателей и рекламодателей на свой сайт.

При этом, по данным Всемирной газетной ассоциации (WAN), собирающей информацию обо всех странах, где выходят газеты, ситуация в печати была совсем не так печальна. И это сынициировало разработку WAN глобальной кампании продвижения преимуществ печати и опровержения некоторых из наиболее абсурдных и вредоносных заявлений о её неминуемой кончине. Было подготовлено нескольких макетов, которые были предложены газетам для опубликования. Макеты были сделаны на нескольких языках, в том числе на русском, но не уверена, что наши газеты напечатали их тогда. Большинство тогда считало, что публиковать надо только коммерческую рекламу, которая приносит им прямой доход. Я очень рада, что сейчас ситуация изменилась и издатели задумались об этом.

Однако как на практике может выглядеть такая рекламная кампания, на какую аудиторию она будет ориентирована и на каких носителях появится, мы ещё не определили. Понятно, конечно, что нужно работать с молодой аудиторией, потому что без этого через несколько лет бумажные газеты может быть некому читать. За рубежом это вполне активно делают. Недавно я прочитала заметку о том, что французская молодёжь активно читает газеты, даже если в более юном возрасте проводит время в интернете. Всё-таки в определённый момент традиции берут верх.

«Частный корреспондент»
(опубликовано с сокращениями)

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА

Март 2011

Окончание. Начало в № 16

Мы публикуем продолжение обзора событий медиарынка, составленного на основании рейтинга новостей сайта MediaGuide.ru.

Из второй части обзора вы узнаете:

- **какие новые издания появились на рынке в марте;**
- **какие кадровые изменения произошли за последний месяц.**

Новые проекты

28 марта вышел первый номер ежедневной общественно-политической и деловой газеты «Московские Новости» в четырех форматах — помимо печатной версии, читателям доступны версия на сайте mn.ru, iPad-приложение и pda-версия. По мнению директора объединенной дирекции ИД «Московские Новости» Тимура Рудникова, выход русскоязычной газеты станет гармоничным дополнением семейства газет одноименного издательского дома. Газета будет поступать в продажу пять раз в неделю, а распространяться будут в розницу в Москве и Московской области, а также в аэропортах, на некоторых авиарейсах.

28 марта издатели газеты Metro объявили о выходе нового журнала Doctor Metro — бесплатного издания, посвященного вопросам здоровья. Его тираж составил 50 000 экземпляров.

Издательский дом Future Media Group представил Football Magazine, первый в России электронный журнал о футболе. Журнал будет выходить бесплатно один раз в месяц.

ИД «МедиаЛайн» выпустил первый номер клиентского журнала Россельхозбанка «Сельский хозяин». Помимо популяризации продуктов банка, издание ставит задачу возрождения российского

села. Журнал «Сельский хозяин» уже выходил в России с 1885 по 1918 год.

Кадры решают все

С 1 марта 2011г. главой издательского дома «Пронто-Москва» стал Ахмет Озер, который также занимает должность генерального директора голландского медиахолдинга Trader Media East — основного акционера ИД «Пронто-Москва». Озер заменит на этом посту Федора Огаркова, который в течение последних пяти лет руководил компанией, из них последние два года в должности генерального директора.

Богдан Курилко приступил к работе в должности генерального директора ИД «Популярная пресса». В «Популярную прессу» Курилко пришел с должности заместителя генерального директора ИД «Аргументы и факты».

ИД Conde Nast объявил о назначении Аниты Гиговской на должность вице-президента и коммерческого директора Conde Nast Россия. Ранее она занимала должность руководителя подразделения Conde Nast Digital.

Новым гендиректором портала деловых новостей и блогов «Слон.ру» стал Максим Кашулинский, ранее возглавлявший журнал Forbes. Главным редакто-

ром портала стал редакционный директор журнала «Афиша» Юрий Сапрыкин. Прежний главный редактор «Слона» Леонид Бершидский покинул проект 18 февраля. Вскоре из «Слона» уволился также издатель Павел Власов-Мрдуляш.

Издательский дом ЗАО «Индепендент спорт» сообщил, что на должность директора по рекламе назначена Екатерина Попова, ранее занимавшая должность заместителя директора по рекламе журнала Collezioni (ИД «Индепендент медиа»).

В «Новой газете» в Санкт-Петербурге сменился главный редактор. С марта эту должность вместо Валерия Береснева, в течение четырех лет возглавлявшего питерский выпуск «Новой», заняла Диана Качалова.

В ИД «Курьер-Медиа» новый шеф-редактор. На должность назначен Дмитрий Перевязкин. На своем посту новый шеф-редактор будет заниматься вопросами текущего редакционного процесса и развития ресурсов, входящих в структуру «Курьер-Медиа» — интернет-СМИ и печатной прессы.

В Петербурге подвели итоги журналистского конкурса «Золотое перо-2010». Со списком победителей вы можете ознакомиться на нашем сайте.

MediaGuide.ru

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

Цена, по которой клиент будет получать товар:

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

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

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

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

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

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

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

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

Дополнительные услуги по просьбе клиента

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

Получение и доставка товара

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

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

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), Бедаевой Дарье Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.
- Претензии** по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

АДРЕСА:

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

Региональные подразделения ООО «АРПИ «Сибирь»

РОССИЯ

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

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

КАЗАХСТАН

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



АРП «ФРАМ»

Склад: тел. (383) 22-77-891

Магазины мелкооптовой торговли

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



Новосибирск,
ул. Ленина, 94

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



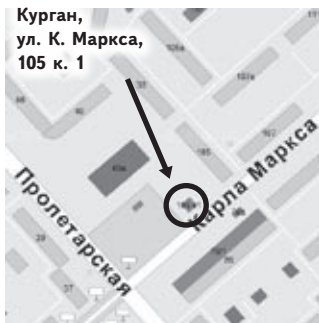
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

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



Бердск,
ул. Островского, 55

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



Курган,
ул. К. Маркса,
105 к. 1



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

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

Издательство ЭГМОНТ

представляет

развивающие книжки для детей



раскраски

кроссворды



книжки
с наклейками

Заказывайте
в АРПИ «Сибирь»

МОТОРЕВЮ®

05 (105) май 2011

тест

**Cartagena: Metzeler
Interact Challenge**

сравнение

**Honda CBR125R
Honda CBR250R**

тест

**Triumph
Speed Triple**

без границ

**Russo
Turisto**



ЖУРНАЛ БЕЗ ПУСТЫХ СТРАНИЦ