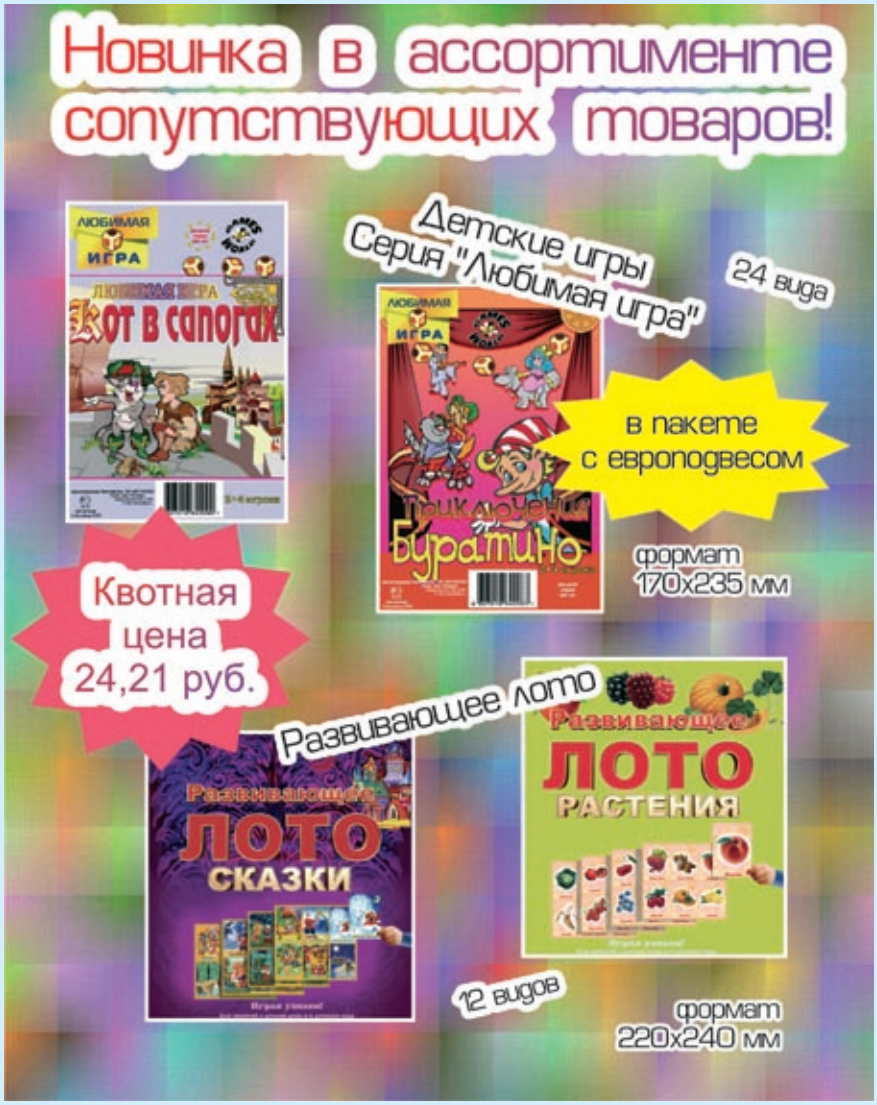
ПРЕССА в Сибири

№ 23-24 (488) 13 • 26 июня 2011 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



В НОМЕРЕ

ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ

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

ЦИФРОВЫЕ СКАНВОРДЫ от ПИРАМИДЫ

Лучшие цифровые сканворды и кейворды в новом журнале!

А4, 100 страниц
1 раз в месяц

КРОССВОРД ДЛЯ ДЕТЕЙ

Walt Disney PICTURES

САМЫЙ ЛУЧШИЙ
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ
КАЧЕСТВЕННАЯ ПОЛИГРАФИЯ

30 ИЮНЯ

при поддержке компании Disney выйдет ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ НОМЕР 25-1/11 журнала «Кроссворд для детей»

«ТАЧКИ 2»

Красочные картинки!
Запутанные головоломки!
Увлекательные сканворды!
Интересная викторина!
Уникальные призы!
ПОСТЕР!

Компания Walt Disney совместно с ИД «Собеседник» и российскими лицензиатами продуктов питания и товаров народного потребления проводят обширную рекламную кампанию в кинотеатрах и на телевидении.

ХАРАКТЕРИСТИКИ:

Формат: А4. Объем: 20 полос.
Вес: 32 г. В пачке: 100 экз.
Цвет: обл. мелов., 4+4, блок офсет 4+4.
Выход: 30 июня. Заказ: до 20 июня 2011 г.
Срок реализации: 1 месяц.

ОТ РЕДАКЦИИ

Уважаемые коллеги!

Ассоциация распространителей печатной продукции при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям провела круглый стол «Проблемы реформирования системы распространения печатных СМИ в эпоху цифровых технологий». В заседании приняли участие представители органов власти, издатели, распространители, эксперты рынка, журналисты. Из этого выпуска «Прессы в Сибири» вы узнаете, о чём говорили участники круглого стола и к каким выводам они пришли.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

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

№ 23-24 (488) 13 — 26 июня 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 **08.06.2011 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
г	Больной вопрос	↑	2011/14	6,91	7,45	8,30	12,50
г	Ваши рецепты	↑	2011/4	14,73	15,85	17,70	25,00
г	Магазин кроссвордов	↑	2011/13	7,16	7,70	8,60	13,50
г	Магазин кроссвордов. Спецвыпуск - Кроссвордлэнд	↑	2011/7	15,00	16,10	18,00	26,00
г	Магазин сканвордов	↑	2011/27	6,52	7,05	7,90	10,50
г	Магазин сканвордов. МИНИ	↑	2011/7	13,96	15,00	16,80	22,00
г	Пятерочка 5х5	↑	2011/27	6,67	7,25	8,00	10,50
г	Цветы на даче и в квартире	↑	2011/7	16,23	17,40	19,50	29,00
г	Целебная почта	↑	2011/14	7,23	7,80	8,70	11,50
г	Целебная почта. Старый лекарь	↑	2011/4	15,95	17,15	19,20	23,00
г	Целебная почта. Спецвыпуск	↑	2011/3	16,05	17,25	19,30	25,00
г	Цифровые сканворды	↑	2011/27	6,84	7,35	8,30	15,00
г	Цифровые сканворды на бис	↑	2011/7	13,84	14,85	16,70	22,00
г	Японские кроссворды	↑	2011/27	6,48	6,95	8,10	15,00
ж	Судоку на бис	↑	2011/4	13,84	14,85	16,70	20,00
ж	Ваши заготовки	↑	2011/3	15,92	17,15	19,10	29,00
ж	Гигант сканворд	↑	2011/6	33,72	36,25	40,50	55,00
ж	“Журнал “”Лошадки”” + DVD “	↑	2011/8	69,25	74,25	83,10	115,00
ж	Журнал Команда Супергероев + DVD	↑	2011/7	69,97	75,05	84,00	115,00
ж	Зажигай с Нами! + DVD	↑	2011/8	69,20	74,20	83,10	105,00
ж	Катюшина кухня Вкусная Осень	↑	2011/2011	14,79	16,10	17,80	25,00
ж	Катюшина кухня Кушать подано...	↑	2011/4	14,79	16,10	17,80	26,00
ж	Кудесница	↑	2011/7	22,48	24,20	27,00	40,00
ж	Мото	↑	2011/9	54,57	58,60	65,50	100,00
ж	Наша психология	↑	2011/10	56,60	60,65	68,00	105,00
ж	Сезон заготовок	↑	2011/3	14,79	15,95	17,80	27,00
ж	Секреты красоты	↑	2011/4	14,79	15,95	17,80	27,00
ж	Судоку на бис Спецвыпуск Мини-судоку	↑	2011/4	6,63	7,10	8,00	10,00
ж	Цветочный мир	↑	2011/7	15,42	16,60	18,50	28,00
ж	Цифровые сканворды на бис. Спецвыпуск. Мини цифровые сканворды	↑	2011/4	6,63	7,10	8,00	10,00
стк	“Карточки Bella Sara - Комплект на подложке “”Летние каникулы”” “	↑	2011/бн	90,08	96,40	108,10	155,00

Розничные продажи прессы в опасности. Что делать, куда двигаться дальше?

Ассоциация распространителей печатной продукции при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям провела круглый стол «Проблемы реформирования системы распространения печатных СМИ в эпоху цифровых технологий».

В заседании приняли участие представители органов власти, издатели, распространители, эксперты рынка, журналисты. Открыл заседание председатель правления АРПП А. В. Оськин.

С кратким рассказом о ситуации на рынке выступил П. Ю. Филенков, коммерческий директор ЗАО «Коммерсатъ. Издательский дом». Он отметил, что назвать ситуацию с распространением прессы плохой, значит, не сказать ничего. Название круглого стола подразумевает, что проблемы розницы связаны именно с Интернетом, но это не так, у розницы много других проблем. Даже западные СМИ, прежде говорившие о смерти газет и журналов в связи с популярностью Интернета, сейчас стали больше акцентировать внимание на том, что сделано в отрасли.

С докладом о проблемах реформирования системы распространения печатных СМИ в эпоху цифровых технологий выступил президент АРПП Д. В. Мартынов. Он отметил, что глобальная угроза рынку печатных СМИ со стороны Интернета и цифровых устройств осознается всеми. В большинстве развитых стран отмечается ежегодное постепенное снижение объема рынка печатных СМИ в целом. Особенно страдают ежедневные газеты и еженедельники. Россия, к сожалению, не является исключением.

Изменение привычек медиа-потребления приводит к сокращению объёмов рынка печати по всему миру. Основное падение печатной продукции связано с сокращением продаж тиражей газет, особенно ежедневных. Анализ реализации свидетельствует о масштабном снижении объёмов продаж практически по всем сегментам. Снижающийся спрос на периодические издания негативно сказывается на бизнесе распространителей. Обороты снижаются, в то время как затраты на организацию розничных продаж возрастают.

В России рентабельность киосковых сетей после изменений в налогообложении (с 1 января 2010 года налоговая нагрузка увеличилась в несколько раз) удаётся поддерживать главным образом за счёт широкого набора сопутствующих товаров.

Как показывает зарубежный опыт, в киосках по продаже прессы увеличивается доля сопутствующих товаров, способных побудить потенциального потребителя к импульсной покупке и тем самым обеспечивающих необходимый поток

ИЗДАНИЕ ЗАКРЫТО

Прекращается выход издания «Дачные Советы».

ВНИМАНИЕ!

С сентябрьского номера (№ 9/2011) журнал «Glamour» будет представлен в продаже одновременно в двух форматах. Новый формат — «Glamour» размером с iPad. Размер журнала в формате Pad: 186x248 мм.

ОТМЕНА ВЫПУСКА

Отменяется выпуск июньского номера журнала «Загородный дом». Июльский номер выйдет по графику.

МЕНЯЕТСЯ НАЗВАНИЕ

Изменилось название газеты «Толока. Календарь-справочник садовода и огородника». С 1 июля 2011 года это издание будет выходить под названием «Садовод и огородник». Все технические характеристики остаются неизменными.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВЫПУСК

ИД «Собеседник» при поддержке компании «Disney» выпускает дополнительный номер «Кроссворда для детей» — «Тачки-2». Журнал выйдет 30 июня.

покупателей и оборот, особенно в период падения рынка прессы. В России же данный ресурс сдерживается множеством ограничений, налагаемых административными органами на ассортимент.

Родственная киоскам система дистрибуции прессы в минимаркетах и павильонах прессы столкнулась с ростом затрат на содержание магазинов в транспортных узлах и аэропортах и стремительным ростом арендной платы, что приводит к снижению рентабельности.

Взаимодействие государства и медиасферы в зарубежных странах идёт по двум принципиальным направлениям: регулирование и господдержка. Видна также разная степень участия: от мельчайшей детализации норм и правил поведения до законодательства универсального характера, от бюджетной поддержки отрасли в целом до точечного финансирования отдельных программ и инициатив.

У нас в стране поддержка госорганов происходит только на словах, что доказывают письма, которые пришли в АРПП от органов власти различного уровня. Где разными словами написано одно — денег на распространителей прессы нет. Что же в сложившейся ситуации делать участникам данного рынка?

Необходимо своими силами бороться с кризисными явлениями, обращаясь в органы власти только за политическо-административной помощью. Д. В. Мартынов предложил обращаться к ним с неденежными вопросами, такими как: предоставление органами возможности участникам рынка самим определять норматив количества объектов по продаже печатной продукции с учётом европейских нормативов в расчёте 1 киоск на 1 тыс. жителей субъектов РФ; устранение противоречий между положениями Гражданского кодекса РФ о свободе торговли и попытками региональных властей ограничить ассортимент товаров народного потребления, разрешённых к реализации в киосковых сетях розничного распространения прессы, т.е. иметь возможность вводить различные сопутствующие товары в ассортимент. Он также предложил действовать в ассортиментной политике киосков — торговать можно всем — «что не запрещено, то разрешено».

Заместитель начальника управления ФАПМК Г. Н. Кудий подробно осветил в своем докладе тему «Розничные продажи прессы в России. Состояние и социально-политические аспекты». Он сообщил, что, несмотря на то, что мы живем в информационную эпоху, и все издательские дома уже строят свою работу по принципам «Концепции 360 градусов», т.е. мультимедийности и конвергентности, реализовать на практике это не так уж легко. Данная работа требует больших интеллектуальных ресурсов. Эффективно продавать электронный контент пока еще ни у кого не получилось. Не последним является и тот факт, что в России 62% взрослого населения не пользуются Интернетом, по данным «Левада-Центра» лишь 7% населения страны ищут информацию в Интернете. Несмотря на популярность Интернета, на данный момент он не может быть сильным конкурентом бумаге, которая все еще пользуется спросом у населения в качестве источника информации. Он познакомил слушателей с данными о структуре и динамике реализации прессы в рознице. Нестационарная торговля (ларьки, ручники, палатки) составляет 26% всех продаж, киоски — 47%, супермаркеты — 23% (по данным Роспечати и АКАР). Он отметил, что на отрасль распространения прессы негативно повлияла отмена ЕНВД, активность региональных властей по перемещению и сносу киосков прессы, их попытки ограничить ассортимент киосковых сетей. Также ухудшают работу розницы запредельные тарифы на электроэнергию и др. В качестве выхода из сложившейся ситуации докладчик посоветовал издателям и дистрибуторам объединиться с целью совместного решения назревших проблем отрасли. Он подчеркнул в заключение, что подобная ситуация сложилась в стране и с подпиской, и если не обращаться к руководству страны, то дальнейшая стагнация отрасли неизбежна.

На круглом столе был представлен и зарубежный опыт розничных продаж прессы. В формате видеоконференции эксперт из Польши в области медиарынков в странах ЕЭС Роберт Новаковский поделился европейским опытом распространения газет и журналов. Он отметил, что в Польше 62% населения продолжают покупать товары в киосках прессы, рассказал о чрезвычайно широком ассортименте в этих объектах торговли. В настоящее время в киосках прессы продаются табачные и парфюмерные изделия в ассортименте, лекарственные средства, проездные и лотерейные билеты и др. Населению оказывается широкий спектр услуг. В Польше имеется развитая сеть киосков прессы: не менее 1 киоска на 500 жителей. Р. Новаковский подчеркнул, что дистрибуторы прессы являются прежде всего торговцами, и в Европе они имеют широкую свободу в определении своего ассортимента.

Далее генеральный директор ЗАО «АРИА-АиФ» Г. В. Баринов представил свой доклад «Проблемы развития розничных продаж прессы через киосковые сети в современных условиях». Он подчеркнул необходимость выработки совместных решений в сложившхся на рынке условиях. Бизнес, который мы выстраивали на протяжении десятков лет, сказал он, теперь должен приспосабливаться под новые реалии, тем более важно собраться вместе и проработать новые четкие правила. Пресса из года в год теряет читателей, причины — рост цен, Интернет, уход рекламодателей, и как следствие — снижение качества издания при росте его цены. В розничной продаже пресса занимает 40%, партворки — 40% и 20% занимают сопутствующие товары. Однако наблюдаются и положительные тенденции — это тот факт, что рекламный рынок показал подъем, количество киосков остается тем же.

продолжение на стр. 5

В докладе «Издатель о розничных продажах прессы» генеральный директор ООО «Женское здоровье» И. И. Мосин отметил необходимость перевода медиаотрасли на новую экономическую модель. Отрасль пока не способна саморегулироваться, поэтому государство должно четко задать правила ведения бизнеса. Мосин высказал убежденность, что газеты будут продаваться и в будущем, т.к. Интернет демонстрирует читателю только факты, а печатная пресса способна предоставить аналитические материалы. Газеты и журналы останутся, предположил он, но будут стоить дороже. И. И. Мосин также предложил объединить усилия издателей и распространителей для совместного решения наболевших вопросов медиаотрасли и обратиться с предложениями к соответствующим органам власти.

Далее перед собравшимися выступил управляющий партнёр инвестиционной группы Management Development Group Inc. Д. В. Потапенко. В своем докладе «Продажи периодики и книг в сетевых магазинах самообслуживания как важный и рентабельный сегмент рынка» Потапенко пессимистично оценил перспективы присутствия прессы в сетях супермаркетов. Он заметил, что медиасообщество пока не строит свою работу по продаже прессы из понимания наличия в ритейле не 4 сезонов, а 21, включая религиозные праздники, выпускные вечера и т.д. Он также скептически оценил перспекттвность киосковых продаж, заметив, что крупный ритейл их со временем полностью вытеснит.

С ним в полемику вступил вице-президент Некоммерческого партнерства «Национальная сеть распространения прессы «Союзпечать» В. В. Керов, который подверг сомнению изложенные Потапенко тезисы, заметив, что представленный взгляд является однобоким и упрощенным. Затем Керов выступил с докладом на тему «Влияние цифровых технологий на систему распространения печатных СМИ». Ключевым тезисом выступающего стала фраза: гибель бумажных СМИ — это миф. В подтверждение этому он привел следующие факты: если 92% молодых людей от 12 до 24 лет пользуются Интернетом как источником информации, то среди людей в возрасте от 25 до 44 лет пользуются Интернетом только 76%, и только 25% людей старше 45 лет черпают информацию оттуда. С одной стороны, владельцы контента ищут модели монетизации в новой цифровой среде, чтобы получить дополнительный доход и лояльность аудитории. С другой, большинство «первопроходцев цифровой дистрибуции» на контент-рынке придерживаются мнения: пока от цифровых продаж не видно серьезных денег. Пользователи мобильных телефонов практически не скачивают электронные газеты и журналы, предпочитая скачивать приложения, игры, видео и музыку. Около половины всех продаж в России сегодня составляют бюджетные телефоны стоимостью до 100 долларов, продажи смартфонов составляют только примерно 13-14%. Электронные СМИ в обозримом будущем не способны заменить печатные издания, подчеркнул докладчик в заключение.

В своем докладе «Современные рекламные технологии в местах продаж и готовность издателей потреблять данные рекламные услуги» начальник отдела маркетинга и рекламы ЗАО «Центропечать» Т. В. Михалева поведала собравшимся о новейших рекламных технологиях. В ответ на вопросы издателей о перспективах представленных рекламных моделей, Михалева рассказала о реальных возможностях представляемого ею предприятия выполнить соответствующие заказы издательских домов.

Руководитель отдела продвижения и развития ООО «Агентство «МК» Л. Ю. Пичкова представила доклад «Методы и возможности стимулирования продаж периодических изданий в розничных сетях. Инструменты удержания покупательского спроса на традиционные печатные носители в эпоху цифровых СМИ». В частности, она познакомила аудиторию с различными формами промоакций, обеспечивающих высокий рост продаж «Московского комсомольца» и других изданий.

В своем докладе «Алгоритм распределения и заказа тиража на печатную продукцию» И.А. Козина, начальник отдела планирования ЗАО «Центр прессы», рассказала об алгоритмах и автоматизированной системе управления товародвижением с учетом списания и возврата.

Председатель АРПП А.В. Оськин, подводя итоги круглого стола, отметил, что осенью прошлого года по всей стране началось массовое гонение на всю мелкую розницу, включая прессу. Медиасообществу удается в ряде регионов сохранить систему распространения прессы, и таким ярким положительным примером успешного сотрудничества в этом вопросе с органами власти является Москва. Здесь департамент СМИ и рекламы активно поддержал столичных издателей и распространителей прессы, обеспечил соответствующую поддержку вице-мэра и мэра столицы, о чем свидетельствует принятое на днях решение Межведомственной комиссии Правительства Москвы. Однако такое внимание к объектам прессы пока является для страны исключением. АРПП направило соответствующее обращение ко всем руководителям субъектов РФ о том, что объекты прессы находятся в опасности. В источниках и мотивах единовременных массовых гонений на розницу по всей стране еще следует разобраться, однако очевидно, что цивилизованная мелкая розница востребована населением. Не случайно в Польше, о чем нам рассказал Р. Новаковский, её услугами пользуются 62% всего населения.

Мы считаем, заметил А.В. Оськин, что полноценные торговые объекты прессы, имеющие широкий ассортимент печати — в среднем 500 наименований газет и журналов — это стратегический информационный и культурологический ресурс нашего государства. Это мини-объект культуры в шаговой доступности от дома и поэтому эта категория торговых объектов прессы должна развиваться при полной поддержке общества и государства.

Пресс-служба АРПП

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА

Май 2011

Мы публикуем очередной обзор событий медиарынка, составленный на основании рейтинга новостей сайта MediaGuide.ru.

Центральные и региональные СМИ

Комитет Госдумы по информационной политике внес ряд поправок в законопроект о правовом регулировании СМИ. Негистрация интернет-ресурсов в качестве средств массой информации будет проходить добровольно. Принципиальным это положение делает то, что незарегистрированные как СМИ интернет-ресурсы не будут привлекаться к ответственности за распространение недобросовестной информации. Помимо статуса интернет-СМИ, в поправках предлагается сделать единой лицензию на все виды вещания. Эта мера уравняет иностранные телеканалы и радиостанции с российскими, однако для получения лицензии зарубежным вещателям будет нужно зарегистрироваться в качестве СМИ в России. Еще одна новая инициатива дает возможность СМИ регистрироваться в качестве автономных учреждений. Эта мера полностью освободит СМИ от требований закона о госзакупках, а также позволит привлекать дополнительное финансирование.

В конце мая деятели культуры во главе с режиссером Никитой Михалковым направили руководству страны письмо, в котором говорилось о необходимости создания Общественного наблюдательного совета по контролю за СМИ. По мнению подписавшихся, ОНС должен быть независимой некоммерческой организацией, которая бы препятствовала «моральной деградации общества». В письме известные деятели отметили негативное влияние СМИ на культуру и предложили работникам средств массовой информации и кинематографии принять Этический кодекс. В заявлении подчеркивалось, что совет не будет иметь отношения к политической цензуре. Кремль выступил против этой инициативы. По мнению властей, введение цензуры в СМИ противоречит Конституции страны. Этой же позиции придерживаются блогеры, которые начали сбор подписей под ответным обращениям к деятелям культуры.

На отраслевом заседании «Печать и массовые коммуникации» Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать), посоветовало печатным изданиям изменить систему дистрибуции, чтобы сохранить свои позиции на рынке на фоне растущей популярности цифровых платформ. В частности, в документе говорится, что издателям необходимо сократить затраты по всей цепи распространения печатных изданий, а также оптимизировать технологические процессы. Кроме того, в Роспечати считают необходимым существенно повысить продажи прессы. Несмотря на то, что рынок печатной прессы в ближайшие годы ожидает сокращение, бумажные издания не исчезнут, полагают в Роспечати.

По оценкам ряда специалистов, объем мирового рынка электронных версий СМИ в 2010 году достиг более $20 миллиардов, сообщила YourPress.ru (первый сервис по продаже PDF-версий периодических изданий). В Европе и в США цифровой формат прессы быстро приобрел популярность, благодаря появлению таких устройств как ридеры Amazon Kindle и планшеты Apple iPad. В России также активно развивается эта ниша, несмотря на то, что наш рынок более консервативный, нежели западный. Уже в 2012 году российская доля мирового рынка вполне может составить более 5%.

Глава издательского дома «Ньюс Медиа — Рус» Арам Габрелянов сообщил, что с 1 июня текущего года его холдинг займется изданием газеты «Известия». Габрелянов также занимает должность председателя совета директоров ОАО «Известия», принадлежащего холдингу «Национальная Медиа Группа» (НМГ). По данным агентства, «Ньюс Медиа — Рус» не планирует становиться акционером «Известий». По словам Габрелянова, смена издателя никак не отразится на редакционной политике «Известий». Кроме того, в газете сохранится и журналистский коллектив. Габрелянов отметил, что холдинг возьмет на себя все расходы по изданию газеты. Глава ИД отметил, что в настоящий момент производство газеты убыточно: за первые девять месяцев прошлого года убытки составили 50 миллионов рублей. Сейчас 70-90% доходов издания составляют поступления от аренды здания «Известия» на Тверской улице площадью 15 тысяч квадратных метров. Арендный бизнес после сделки сохранится за ОАО. Габрелянов также заявил, что планирует вложить в газету до конца года около ста миллионов рублей. По его словам, «Известия» будут получать часть рекламной выручки «Ньюс Медиа — Рус», а также компенсацию за использование бренда.

Леди Гага выступила в роли приглашенного редактора газеты Metro. В России специальный выпуск под редактурой известной певицы был опубликован суммарным тиражом 1 000 000 экземпляров (550 тысяч в Москве и 450 тысяч в Санкт-Петербурге). Газета Metro в Москве в этот день стала рекордной по объему, и вышла на 40 страницах.

MediaGuide.ru

Продолжение в следующем номере

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.

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;
— **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

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).*

Издательство ЭГМОНТ

представляет

развивающие книжки для детей

книжки-игрушки

сказки

книжки с наклейками

головоломки

Заказывайте в АРПИ «Сибирь»

ИД «Пресс-Курьер» представляет
ежегодный спецвыпуск газеты «Лечебные письма» № 17с –
подарочный православный календарь на 2012 год

«Чудотворные и исцеляющие ИКОНЫ»

- Отличное качество
- Правильная цена
- Повышенный срок реализации – 5 месяцев (сентябрь-январь)
- Кросс-реклама во всех семейных изданиях ИД «Пресс-Курьер»

Лидер продаж! Самый популярный и самый продаваемый календарь!

- Сделайте выбор в пользу качественного, проверенного временем календаря!

Характеристики издания:
Формат – А4 (230*300)
• Объем – 16 стр. • Печать 4+4 • Глянец
Стандарт пачки – 100 шт.
Вес пачки – 6,5 кг
Крепление – 2 скрепки
Удобное отверстие для крепления календаря к стене

Заказывайте больше!

Сбор заказа 15 июня
В продаже с 19 сентября

ИД «Пресс-Курьер» представляет
ЕЖЕГОДНЫЙ спецвыпуск журнала «Моя прекрасная дача» № 9/с

«Лунный календарь садовода и огородника – 2012»

Миллионы дачников и садоводов ждут НАШ календарь

- Классический формат – А4
- Удобное отверстие для крепления к стене
- Повышенный срок реализации – 5 месяцев (сентябрь-январь)
- Кросс-реклама во всех семейных изданиях ИД «Пресс-Курьер»
- Конкурентноспособная цена

Вместе с вами в прошлом году мы продали рекордный тираж!
Заказывайте вдвое больше!

Характеристики издания:
Формат – А4 (230*300)
Объем – 16 стр.
Печать 4+4 • Глянец
Стандарт пачки – 100 шт.
Вес пачки – 6,5 кг

Располагайте календарь на САМОМ видном месте, и его ОБЯЗАТЕЛЬНО купят!

Сбор заказа 15 июня
В продаже с 19 сентября

РЕКОРДНЫЕ продажи гарантируем!