



# ПРЕССА в Сибири

№ 35 (495) 5 • 11 сентября 2011 г. [www.sibir.su](http://www.sibir.su)  
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



## В НОМЕРЕ

ИЗДАТЕЛИ И  
РАСПРОСТРАНТЕЛИ  
ПРЕССЫ ВХОДЯТ  
В ЭЛЕКТРОННЫЙ  
РЫНОК

●  
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

Пора подавать заявку

Октябрь 2011

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

XXI семинар АРПИ «Сибирь»

СОЧИ АНАПА ГЕЛЕНДЖИК ТУАПСЕ ЕЙСК КРАСНОДАР

**ЖУРНАЛ**

**путеводитель  
справочник  
фотогид**

**ОТДЫХ. на Кубани.ru**



**рекомендуемая  
розничная цена -  
110 рублей**



**100% возврат**

В каждом выпуске журнала –  
**свыше 650 ПРЯМЫХ КОНТАКТОВ**  
гостиниц, санаториев, пансионатов, баз отдыха,  
детских лагерей и других средств  
размещения Краснодарского края и Адыгеи.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-34254. Журнал  
зарегистрирован в качестве рекламного издания (содержание  
рекламы более 40%)

**Яркое иллюстрированное издание**

### Особенности:

1. Единственный журнал-каталог об отдыхе, туризме и развлечениях на территории Кубани.
2. Высокая потребность в предоставленной информации на протяжении всего периода продаж.
3. Наличие справочной информации (прямые телефоны и адреса, уровень цен, сезонность работы, услуги и сервис), многократное обращение к журналу.
4. Распространение на территории России.

### Характеристики:

Формат: А4, 210x280 мм.  
Периодичность: один раз в три месяца (4 номера в год)  
Объем: 128–240 полос.

Полиграфия: полноцветная печать, высококачественная  
мелованная бумага, плотная лакированная обложка

### О журнале:

Журнал пишет о курортах и здравницах Краснодарского края с целью максимально подробно и доступно рассказать о туристических возможностях региона. Основные разделы журнала: «Путеводитель», «Отдых», «Здоровье и красота», «Турбизнес», «Туристический справочник», «Фотопроект» и «Тематический спецпроект».

**ПРЯМЫЕ ТЕЛЕФОНЫ ГОСТИНИЦ**



**НОВИНКА!**



**МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ**

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Тайны XX века. Спецвыпуск	↑	2011/38/С	28,14	30,30	33,80	40,00
гмба	Антенна-Телесемь (Барнаул)	↑	2011/38	13,28	14,25	16,00	18,00
гмто	Антенна-Телесемь (Томск)	↑	2011/42	11,41	12,25	11,41	16,00
прт	Мир динозавров	↓	2011/2	166,39	178,05	199,70	249,00
фпи	“Набор игрушек “Маленькие волшебные животные” “Winx Club”	↑	2011/6н	93,83	100,40	112,60	135,00

## ИЗДАТЕЛИ И РАСПРОСТРАНТЕЛИ ВХОДЯТ В ЭЛЕКТРОННЫЙ РЫНОК

Уже несколько лет в АРПП действует Комитет по созданию федерального проекта «Электронный рынок печатных СМИ России», в который входит и Сергей Гаврилов, генеральный директор АРПИ «Сибирь». Мы следим за развитием проекта и регулярно публикуем материалы о нём. Сегодня в нашем журнале интервью с председателем правления АРПП Александром Оськиным и председателем Комитета Электронный рынок печатных СМИ России Андреем Авдониным.

**Внедрение общих стандартов в медиаотрасли продолжается. Рано или поздно все отрасли должны будут перейти на электронный формат документооборота, и рынок распространения не является исключением. О ходе стандартизации рынка распространения прессы рассказывают Александр Оськин и Андрей Авдонин.**

**— Откуда появилась идея создания проекта Электронный рынок печатных СМИ России?**

*Андрей Авдонин:*

— Идея родилась несколько лет, а генератором ее был Александр Владимирович Оськин. Тогда мы с коллегами активно обсуждали инновации, существовавшие на зарубежных рынках прессы. Среди прочего, нас интересовало давно функционирующее на Западе программное обеспечение, в режиме он-лайн предоставляющее информацию о поступлении, продаже и списании печатной продукции. Данная программа позволяла издателями отслеживать движение газет

и журналов, что называется, в реальном времени. Они могли получить информацию в любое удобное для себя время, просто несколько раз кликнув на компьютере, подключенном к отраслевой системе.

**— В чем вы видите основную идею проекта?**

*Александр Оськин:*

— Инициатива АРПП, которую мы назвали Электронный рынок печатных СМИ России, направлена, в первую очередь, на обустройство нашей большой отрасли. Мы хотим добиться абсолютной прозрачности рынка. Задача — сделать так, чтобы отношения между издателями и распространителями строились

по четким и понятным правилам, а работа распространителя с конечным продуктом была прозрачной.

**— Неужели до сегодняшнего дня ни кому не приходила идея создания подобной системы?**

*Андрей Авдонин:*

— Конечно, вопрос о ее создании поднимался и раньше. Но идея, как правило, возникала в недрах какого-либо одного предприятия. И оно начинало создавать ее самостоятельно. Бесспорно, это хорошо. Однако, в итоге получилось, что объединить существующие ныне системы воедино невозможно. Все имеющиеся на сегодняшний

день базы данных и программы создавались каждой компанией под себя.

**Александр Оськин:**

— Согласен с коллегой. На сегодняшний день в стране нет единой базы данных. У каждого издателя и распространителя она своя. И если их сравнить, то можно заметить множество несостыковок. Например, в названиях печатных СМИ — написание названия одного журнала в 30 разных базах может иметь 30 разных вариаций. А компьютер, при попытке соединения всех этих баз в одну, не в силах «понять», что это одно и то же издание. Поэтому, одной из целей проекта является внедрение стандартов написания названий газет и журналов. Кроме того, в единой базе будет дана подробная характеристика и описание всех издателей и распространителей печатной продукции: выпускаемые ими проекты, количество торговых точек и т.д. Причем база будет регулярно обновляться и корректироваться.

**— Как шел процесс реализации данной программы?**

**Андрей Авдонин:**

— Несколько лет назад мы стали предпринимать попытки унифицирования рынка, создания единой платформы для отрасли. Начали изучать стандарты и возможности зарубежных стран. В тоже время Президент страны Дмитрий Медведев объявил о создании Электронного правительства и необходимости перехода на безбумажный документооборот. Это решение главы государства уверило нас в верности выбранного пути.

Прошел уже год с момента запуска базы. Но, несмотря на благие цели, в отрасль проект пока внедряется довольно тяжело.

**— Почему?**

**Андрей Авдонин:**

— Это связано, в первую очередь, с наличием у крупных игроков рынка собственных баз данных. Таким образом, у них нет необходимости срочного

подключения к реализации проекта. Но думаю — это процесс времени. Переход на единую для всех платформу означает некоторые материальные траты. Наша задача — объяснить цели проекта и показать, что эти затраты со временем окупятся.

**— И как же сегодня ведется работа по информированию участников рынка?**

**Александр Оськин:**

— Дважды в год на конференциях АРПП мы делаем обстоятельный доклад на эту тему. Проводим тематические секции под аналогичным названием — «Электронный рынок печатных СМИ России», где подробно обсуждаем всю проделанную работу и предстоящие планы. Когда проходит заседание Комитета АРПП по электронному рынку печатных СМИ, руководителем которого является Андрей Авдонин, выпускается отчет, который информирует коллег по медиарынку о содержании проведенной работы.

**НОВОЕ НАЗВАНИЕ**

Журнал «DVD-Эксперт» меняет название на «High Definition». Ближайшие выпуски — № 9/2011 и № 10/2011 — будут выходить с двойным названием. Штрихкод и цена остаются прежними.

**ВЛОЖЕНИЕ**

Выпуски журнала «Наша психология» № 10/2011, № 11\2011 и № 12-1/2012 выйдут с вложениями. Читатели получат косметические средства объемом 50 мл.

**ВНИМАНИЕ!**

С сентября 2011 г. вместо газет «Приволжский охотник и рыболов» и «Уральский охотник и рыболов» будет поставляться газета «Охотник и рыболов. Газета для души».

**ВЛОЖЕНИЕ**

Журнал «Маша и Медведь» с № 11/2011 будет выходить с вложением — коллекционным паззлом.

**МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ**

Газета «Меланья» с № 11/2011 выходит 2 раза в месяц.

**Андрей Абдонин:**

— Сейчас главное — объяснить рынку, что данный проект отражает современные тенденции государства. К концу этого года министерства и ведомства перейдут на безбумажный документооборот. А это означает, что постепенно будет осуществлен переход на подобную модель взаимодействия и для участников рынка. Пока же у нас есть время все основательно продумать. Иначе, когда выйдут соответствующие распоряжения правительства, нам пришлось бы решать вопрос в спешке и суете.

**— Как сегодня заполняется база?**

**Александр Оськин:**

— Сейчас база представлена в открытом доступе в Интернете на сайте ARPP.RU. Все заинтересованные участники рынка могут зайти в нее, ознакомиться с представленной информацией, и пополнить данные о себе. Сложного здесь ничего нет. Кроме того, на сайте размещена подробная инструкция по заполнению.

Когда база будет заполнена и проект Электронный рынок печатных СМИ России начнет функционировать в полную силу, отрасль сможет ликвидировать бумажный оборот документов и перейти на электронный. Это выгодно для всех участников рынка.

**— Выше вы говорили, что названия всех СМИ должны быть стандартизированы. Как этот процесс будет проходить?**

**Александр Оськин:**

— На самом деле тут даже придумывать нечего. На сегодняшний день в России

существует порядка 70 000 наименований газет и журналов, которые официально зарегистрированы в ФАПМК. Мы сторонники того, чтобы в создаваемой базе отображалась та же информация, что и в регистрационных документах.

**— Существуют ли подобные системы на западе? Учитывался ли их опыт, и каким вы видите Электронный рынок печатных СМИ России в будущем?**

**Александр Оськин:**

— Сегодня подобная работа проводится во всем мире. И уже существуют близкие к совершенству программы. Наиболее продвинутым в этом смысле является рынок Голландии. Здесь функционирует общенациональная система, благодаря которой можно просмотреть не только движение документов, но и движение товара. Не отстает и рынок Великобритании. Там наши коллеги создали электронную систему, правда привязанную к конкретному дистрибьютору. А Ассоциация оптовиков газет и журналов Великобритании, параллельно, вывешивает на своем интернет-ресурсе график движения печатной продукции в целом по стране.

Изучив опыт зарубежных коллег, мы хотели бы создать в России единую прозрачную систему, при которой на одном сетевом портале можно было бы увидеть не только присутствие товара в той или иной сети, но и название издателя, его реквизиты и другую необходимую информацию. В итоге, у нас будет понимание точного движения печатной продукции по всей России. Что, в конечном счете, повысит

прозрачность взаимоотношений между издателями и распространителями.

**Андрей Абдонин:**

— Когда каждый издатель и распространитель в онлайн-режиме увидит, где и как продается товар, они смогут более эффективно управлять продажами. Сейчас же наша система распространения представляет данные только спустя три месяца, и то — без разбивки по точкам. О каком эффективном бизнесе в этом случае может идти речь? Поэтому-то наш рынок малорентабельный.

**— Кто, помимо издателей и распространителей, может принять участие в создании проекта Электронный рынок печатных СМИ России?**

**Андрей Абдонин:**

— Все, кто пожелает. Но все же главные игроки здесь — распространители и издатели. Естественно, в дальнейшем, когда механизм полностью заработает, в базу будут добавляться другие контрагенты: типографии, банки и т.д.

**Александр Оськин:**

— Участие банков, которые производят финансовые операции на нашем рынке — последний этап работы. Присутствие банков в системе будет гарантировать финансовую стабильность и четкость обязательств. В перспективе должен быть введен порядок, при котором банки могли бы, являясь участниками процесса, безакцептно снимать деньги со счетов распространителей в сроки, обусловленные договором, что позволит решить проблемы с просрочками и платежами.

**Денис Соколов  
PlanetaSMI.RU**

# КИОСКОВАЯ РОЗНИЦА В НОВОСИБИРСКЕ: «УБРАТЬСЯ ВСЕМ»

## Почему газетные киоски приравняли к пивным ларькам?

**С улиц Новосибирска стремительно исчезают киоски: пивные, фруктовые, газетные, торгующие мороженым и прочие. Особенно быстрыми темпами этот процесс идет в одном из самых оживленных мест города — на площади Маркса.**

— Еще вчера здесь стоял газетный киоск, а сегодня его уже нет, — рассказывает местный житель Анатолий Чернышов. — Я в этом киоске каждый день газеты для себя покупал и книжки-раскраски для внучки.

Анатолий Данилович — очень пожилой человек. Отправиться за несколько кварталов в книжный магазин для него — слишком дальнее путешествие. Ходить за прессой в супермаркет — тоже удовольствие практически недоступное. «Там все покупатели полные телеги товаров набирают, на кассе по 2-3 тысячи отдают. Мне такие траты не по карману. А с одной газетой в этой очереди стоять — овчинка выделки не стоит, — говорит Анатолий Чернышов. — Теперь что ж получается: меня лишили конституционного права получать информацию? Ладно я, а за что маленького ребенка наказывают? Кроме меня, ей детские книжки никто не покупает. Родители на работе, им некогда». Пенсионера поддерживают и его соседи по микрорайону — мамы малышей, домохозяйки, для которых газетный киоск

— единственный доступный объект для приобретения печатной продукции.

Практически одновременно на адрес редакции пришли письма от жителей разных районов города, где по слухам планируется ликвидация киосков. Люди опасаются, что вместе с временными объектами, реализующими пиво и сигареты, в городе исчезнут точки, торгующие «пищей духовной». «Проспект Маркса по Генплану планируется сделать пешеходной территорией, на которой запрещено размещение любых временных объектов. Сейчас здесь порядка 10 газетных киосков и ни одного книжного магазина. Если ликвидируют киоски, то где мы будем приобретать печатную продукцию? Красный проспект относится к объектам культурного наследия, где тоже запрещено размещать временные объекты. Получается, на главной улице города скоро невозможно будет купить газету?» — спрашивают читатели.

### Начальству не понравилось...

Как пояснили в агентстве «Экспресс», газетный киоск с площади Маркса убрали по распоряжению руководства Ленинского района. Сейчас он находится на территории студгородка НГТУ. Специалисты «Экспресса» предлагали более удобные для покупателей места перемещения объекта. Но в торговом отделе администрации Ленинки сказали «нельзя». Владельцы других киосков, находившихся по соседству с

газетным, говорят, что приказ «убратся всем» появился после того, как по району проехал губернатор Юрченко и высказал недовольство внешним обликом площади Маркса и прилегающих улиц и что в мэрии есть план тотальной ликвидации киосков во всех районах города. Не выяснится ли потом, что исполнители, как часто бывает, перестарались?

— Уверен, что горожане не получили никаких плюсов от того, что с площади Маркса исчез газетный киоск, — говорит генеральный директор ЗАО «Экспресс» Денис Крылов. — Разумеется, контроль за уличной торговлей должен быть. Власть должна принимать меры к тому, чтобы все торговые объекты отвечали принятым требованиям. Однако газетный киоск агентства «Экспресс» работал на законном основании. Таким образом, в данном случае решение было принято спонтанно и оказалось непродуманным. Нам нужно объединиться и довести информацию о сложившейся ситуации до первых лиц города. Иначе завтра газетные киоски могут исчезнуть в другом районе.

### История повторяется?

Эта ситуация, по словам генерального директора сети киосков по продаже прессы АРП «ФраМ» и члена правления Ассоциации Распространителей Печатной Продукции РФ Сергея Гаврилова — «калька» истории в Москве, когда мэр Собянин, прокатившись по столице, решил, что многочисленные торговые палатки уродуют облик города.

После этого с улиц исчезли все временные объекты, в том числе киоски с прессой.

Сергей Гаврилов уверен, что в Новосибирске потребность в киосках, торгующих прессой, в два раза выше, чем их реальное количество: «В европейских городах на тысячу жителей приходится одна точка по продаже периодики. В Польше — 1 киоск на 600 жителей. В нашей стране наиболее «продвинутые» города — Москва и Питер — имеют по 1 газетному киоску на 2,5 тысячи жителей. В Новосибирске, где живет полтора миллиона человек, количество киосков — порядка 700. И при этом мы сокрушаемся, что катастрофически теряем позиции самой читающей страны мира».

#### С водой не выплеснуть ребенка

— Здесь сказывается порочная практика российских чиновников все перевыполнять. По закону, ликвидации подлежат киоски с пивом и сигаретами. Но исполнители на местах, чтобы показать свое служебное рвение,

ликвидируют их все подчистую, — говорит министр печати и массовых коммуникаций администрации НСО Андрей Гладченко. — Безусловно, газетные киоски в городе должны быть. И их должно быть как минимум в два раза больше, чем сейчас. При этом очень важен фактор шаговой доступности таких объектов для любого горожанина: вышел человек с собакой погулять, а тут — киоск. Он взял, да и купил газету. Ну, а что касается ликвидации газетных киосков, надо работать с исполнителями на местах, напоминать им, что есть правила игры, которые необходимо соблюдать. А жители, не обнаружившие киоска с прессой на привычном месте, пусть пишут жалобы в мэрию.

#### Право на информацию

Получается, с одной стороны, мы бьем тревогу по поводу того, что наша нация все больше интеллектуально деградирует, не интересуясь ничем, кроме социальных сетей и «Дома-2», с другой — ограничиваем доступ

к газетам, журналам и книгам? Этот вопрос мы задали депутату Совета депутатов города Новосибирска, председателю комиссии по предпринимательству и научно-производственному развитию Игорю Салову.

— Порядок размещения временных торговых объектов, действительно, ужесточен. Появится новая схема размещения торговых точек, занимающихся реализацией пива, сигарет, фруктов, продуктов питания, — ответил Игорь Дмитриевич. — Но это не относится к киоскам, торгующим газетами, мороженым и цветами. Могу заверить всех горожан, что газетные киоски, имеющиеся сейчас в городе, останутся на прежних местах. Более того, будут появляться новые киоски, торгующие газетами и журналами, ибо получение информации — конституционное право каждого гражданина и наш долг — обеспечить людям как можно больше возможностей для реализации этого права».

**Екатерина Варгасова**  
Материал предоставлен газетой «АиФ на Оби»

## Итоги опроса «Как Вы оцениваете перспективность размещения рекламы в печатных СМИ?»

Предлагаем вашему вниманию итоги опроса, проводившегося на сайте [www.arpp.ru](http://www.arpp.ru): «Как Вы оцениваете перспективность размещения рекламы в печатных СМИ?»

На первом месте по количеству голосов был вариант ответа: «Объем рекламы будет сокращаться в информационных печатных СМИ и увеличиваться в гляцевых журналах и специализированных изданиях» — 36.5%.

Немного меньше голосов получил вариант ответа «Объем рекламы в печатных СМИ будет сокращаться, рекламные бюджеты компаний перераспределятся в пользу Интернета и телевидения» — 29.7%.

Далее голоса участников опроса распределились следующим образом:

— Размещение рекламы в печатных СМИ бесперспективно в силу сокращения тиражей, падения интереса читателей к бумажной прессе — 18.9%

— Реклама в печатных СМИ имеет хорошие перспективы, особенно с учетом появления новых технологий печати (3D формат и др.) — 14.9%

Надеемся, что информация окажется для вас полезной и интересной, и рассчитываем на дальнейшее активное участие издателей и распространителей в формировании целостного представления о ситуации на медиарынке и тенденциях его развития.

**Пресс-служба АРПП**

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 •

## КОНТАКТЫ

### 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), Бедарева Дарья Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.
- Претензии** по любому поводу направляйте по адресу [pretenzia@sibir.su](mailto:pretenzia@sibir.su)

С претензиями и предложениями по работе сотрудников обращаться к руководству компании:  
**Генеральный директор** — **Гаврилов Сергей Давидович**  
 Коммерческий директор — **Вяткин Константин Владимирович**

### АДРЕСА:

• склад хранения и склад рассылка:  
 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](http://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) 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@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. 8-914-771-48-81, E-mail: habar.dir@sibir.su

#### КАЗАХСТАН

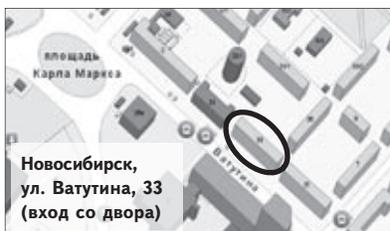
**Алматы** — Тел. (327-2) 50-34-25, E-mail: presst.dir@sibir.su  
**Петропавловск** — Тел. (315-2) 31-03-09, E-mail: presst.petr@sibir.su  
**Павлодар** — Тел. (318-2) 54-36-99, E-mail: presst.pavl@sibir.su

## ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ



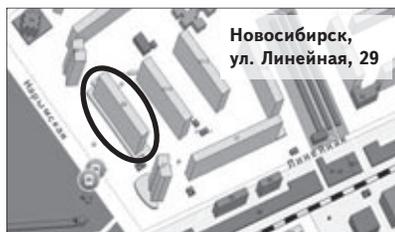
Новосибирск, ул. Ленина, 94

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



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

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



Новосибирск, ул. Линейная, 29

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



Бердск, ул. Островского, 55

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



Томск, пер. 1905 года, 6/3

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



Курган, ул. Кирова, 109, ст. 3

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



Омск, пр-т К. Маркса, 45а

Время работы магазина: с 7.00 до 19.00.  
 Тел. (381-2) 91-30-88



## В октябрьском номере газеты «Рецепты бабушки Агафьи»:

- Эксклюзивное интервью с Ларисой Лужиной
- Дикая роза – уникальный витаминный концентрат
- Мытье посуды без всякой химии
- Кислые щи из свежей капусты и другие отличные рецепты
- Розыгрыш призов

# COSMOPOLITAN

В ноябре – традиционно

**ХИТ ПРОДАЖ**

Два тома,

ДВА ВЗГЛЯДА НА ЖИЗНЬ



**ВОЗВРАТ 100%**

сделайте дозаказ