ПРЕССА в Сибири

№ 36 (496) 12 • 18 сентября 2011 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

ВНИМАНИЕ! СНИЖАЕМ ЦЕНЫ!

5 18 РУБ.

~~5,47~~ РУБ. старая цена

14 62 РУБ.

~~15,72~~ РУБ. старая цена

В НОМЕРЕ

СЕРГЕЙ ГАВРИЛОВ О СЕМИНАРЕ АРПИ «СИБИРЬ» И ДИАЛОГЕ С ВЛАСТЬЮ

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

Приглашаем принять участие в XXI семинаре АРПИ «Сибирь»

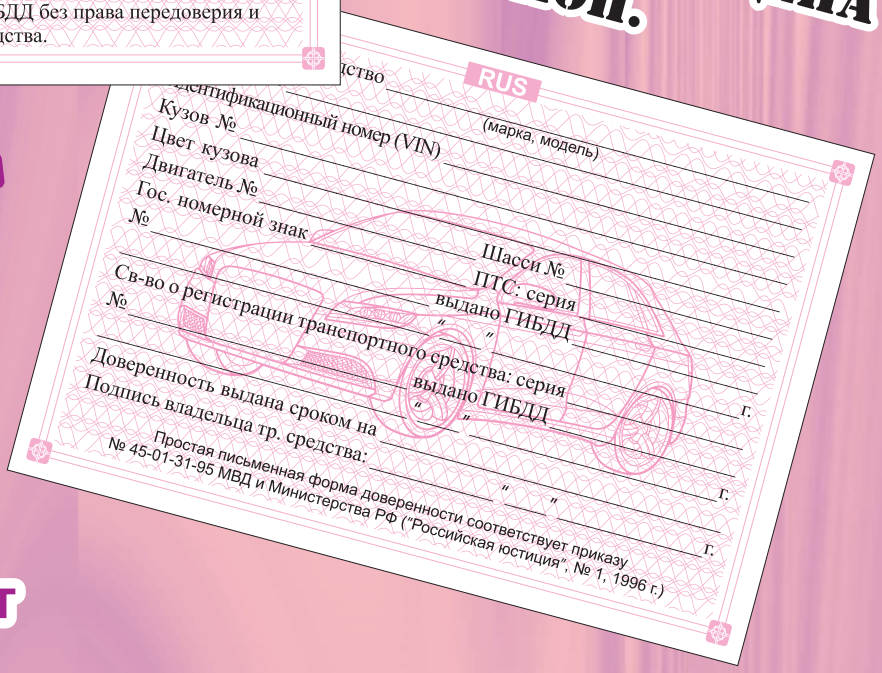
20 – 23 октября 2011 г.
Новосибирск
«Азимут Отель Сибирь»

Будем рады встрече на семинаре!

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРПИ «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!

ОТ РЕДАКЦИИ

Уважаемые коллеги!

В преддверии XXI семинара «Повышение эффективности продаж периодической печати» генеральный директор АРПИ «Сибирь» Сергей Гаврилов дал интервью порталу PlanetaSMI.ru, где рассказал об основных темах семинара и вопросах, которые обсудят участники. Читайте интервью на стр. 3.

А также в этом номере «Прессы в Сибири» вы найдёте традиционный ежемесячный обзор событий медиарынка.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

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

№ 36 (496) 12 — 18 сентября 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 **07.09.2011 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.

Пусть старость подождёт

Не спешите ложиться под нож

Смотрим в небо и радуемся

«Кирпичики» для здоровья печени

Победите лень движением

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Больной вопрос	↑	2011/20	7,59	8,25	9,20	13,50
г	Ваши рецепты	↑	2011/6	15,55	16,90	18,70	26,00
г	Лунный Календарь	↑	2011/бн	54,63	59,05	65,60	95,00
г	Магазин кроссвордов	↑	2011/19	14,45	15,70	17,40	27,00
г	Магазин кроссвордов. Спецвыпуск - Кроссвордлэнд	↑	2011/11	15,86	17,20	19,10	27,00
г	Магазин сканвордов	↑	2011/40	7,22	7,90	8,70	12,00
г	Магазин сканвордов. МИНИ	↑	2011/11	14,76	16,00	17,80	23,00
г	Пятерочка 5х5	↑	2011/40	7,39	8,10	8,90	12,00
г	Целебная почта	↑	2011/21	8,01	8,75	9,70	13,00
г	Целебная почта. Старый лекарь	↑	2011/6	16,83	18,30	20,20	25,00
г	Целебная почта. Спецвыпуск	↑	2011/4	16,93	18,40	20,40	26,00
г	Цифровые сканворды	↑	2011/40	7,57	8,20	9,10	16,50
г	Цифровые сканворды на бис	↑	2011/11	14,64	15,85	17,60	23,00
г	Цифровые сканворды на бис. Спецвыпуск	↑	2011/6	21,08	22,80	23,70	31,00
г	Японские кроссворды	↑	2011/40	7,18	7,80	8,90	17,00
ж	Ваши заготовки	↑	2011/4	16,77	18,20	20,20	30,00
ж	Вокруг света	↑	2011/10	78,35	84,70	94,10	145,00
ж	Катюшина кухня	↑	2011/6	20,71	22,50	24,90	37,00
ж	Катюшина кухня Вкусная Зима	↑	2011/2012	15,63	17,15	18,80	28,00
ж	Катюшина кухня Кушать подано...	↑	2011/6	15,64	17,20	18,80	28,00
ж	Классный журнал	↑	2012/1	34,47	37,30	41,40	65,00
ж	Кудесница	↑	2011/11	24,11	26,20	29,00	43,00
ж	Огонек (Москва)	↑	2012/1	22,53	24,35	27,10	34,00
ж	Огонек	↑	2012/1	18,85	20,40	22,70	34,00
ж	Первое.Второе.Третье	↑	2011/10	77,07	83,30	92,50	145,00
ж	ПониМашка	↑	2012/1	32,45	35,10	39,00	65,00
ж	Сезон заготовок	↑	2011/4	15,64	17,00	18,80	28,00
ж	Секреты красоты	↑	2011/6	15,64	17,00	18,80	28,00
ж	Судоку на бис	↑	2011/6	14,64	15,85	17,60	21,00
ж	Судоку на бис Спецвыпуск Мини-судоку	↑	2011/6	7,31	7,90	8,80	11,00
ж	Цветочный мир	↑	2011/11	16,26	17,65	19,60	29,00
ж	Цифровые сканворды на бис. Спецвыпуск. Мини цифровые сканворды	↑	2011/6	7,31	7,90	8,80	11,00

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Меняется периодичность выхода спецвыпуска «Аргументы и факты. Вопросы и ответы». С № 2/2011 он будет выходить раз в две недели, срок реализации остаётся прежним и составит 1 месяц.

ВНИМАНИЕ!

Журнал «Женские секреты (мини формат)» теперь называется «Женские секреты». Уточнение «мини формат» исключено из названия, так как журнал большого формата выходить не будет.

В преддверии XXI семинара «Повышение эффективности продаж периодической печати» генеральный директор АРПИ «Сибирь» Сергей Гаврилов дал интервью порталу PlanetaSMI.ru.

«Я ВИЖУ ТОЛЬКО ЭКСТРЕМИСТСКИЙ ПУТЬ ДИАЛОГА С ВЛАСТЬЮ»

С 20 по 23 октября 2011 г. в Новосибирске состоится XXI семинар агентства распространения печати и информации «Сибирь», главной темой которого станет диалог отрасли с властью. О том, почему именно этот вопрос стал заглавным для мероприятия, рассказал генеральный директор компании Сергей Гаврилов.

— Сергей Давидович, в октябре этого года состоится традиционный семинар АРПИ «Сибирь», основным вопросом которого станут взаимоотношения участников медиарынка с властью. Чем вызван выбор темы?

— Выбор темы связан с ее актуальностью. Наш рынок, в связи с его небольшой значительностью, никогда не был интересен властям, они его, в общем-то, не замечали. Сейчас же наступает предвыборное время, власти решают новые задачи — благоустраивают города, облагораживают улицы... А решение этих задач касается святая святых нашего рынка — киосков. В разных городах на действия властей наблюдается разная редакция: кому-то удается отстоять киоски, кому-то нет... Вот об этом и хотелось бы поговорить на XXI семинаре АРПИ «Сибирь».

— Ну да — весь последний год у розничных распространителей во всех регионах возникают проблемы и с установкой новых, и работой старых киосков...

— Везде все по-разному, но есть один схожий момент — ни в одном регионе нет такого, чтобы выразив желание поставить киоск, в ответ вы услышали слово «да».

На самом деле установка киоска связана с кучей бюрократических процедур, и зачастую они непреодолимы для мелкого и среднего бизнеса.

— Как лично вы оцениваете сегодняшнее состояние диалога между властью и дистрибуторами прессы в России?

— Да нет никакого диалога. Власть выдвигает свои требования, и в диалог вступать не собирается. Единственная возможность «достучаться до власти» — это СМИ. Мне известен только один удачный пример решения проблемы на нашем рынке: некоторое время назад, когда поднимался вопрос дотаций «Почте России», ряд газет в знак поддержки ведомства пригрозили выходом в свет с пустыми первыми полосами. Вот тогда власть очень быстро решила вопрос выделения дотаций для организации подписки.

— На XX семинаре АРПИ «Сибирь» совместно с АРПП были подготовлены обращения к органам власти. Что это были за обращения, и каков результат этой инициативы?

— Все оригиналы обращения и ответы органов власти можно найти на сайте АРПП. В каких-то регионах власть прислушалась к обращениям общественных организаций, а в каких-то ограничилась отписками.

— Какой выход из сложившейся ситуации в отношениях с властями вы видите? Может нужно инициировать принятие каких-то дополнительных, регламентирующих работу отрасли, документов?

— Я думаю, что всем дружно надо отказаться от распространения прессы. Тогда издатели поймут, что нужно обратиться к власти и принимать какие-то решения. Я вижу только экстремистский путь диалога с властью.

— В этом году в рамках семинара АРПИ «Сибирь» пройдет широкое обсуждение технических и технологических вопросов распространения прессы. Как вы считаете — насколько с этой точки зрения развита наша отрасль?

— Если сравнить с тем, что было в отрасли десять лет назад, то, безусловно, мы сильно продвинулись вперед. В технологическом плане мы уже вплотную приближаемся к зарубежным коллегам, это и линии сортировки печатной продукции, и линии возврата...

А что касается законодательного уровня, то мы не продвинулись никуда. Органы власти и издатели как не хотели регулировать цены в рамках страны на глобальном уровне, заниматься доставкой, так и не делают этого. И таких моментов много.

— Внедрение каких технических и технологических разработок на ваш взгляд сегодня необходимо?

— О глобальных технологических разработках в нашей отрасли говорить достаточно тяжело. До сих пор многие издания не имеют штрих-кодов, а ведь это абсолютно бесплатный инструмент учета продаж.

Я бы начал с создания единой базы номенклатуры и штрих-кодов, чтобы ни одно издание без кода не попадало ни в одну точку продаж, по аналогии с тем, как сегодня оно не попадает в нее без свидетельства о регистрации.

— АРПИ «Сибирь» – большой холдинг, активно развивающийся и в сфере внедрения технических инноваций. Расскажите на собственном примере – какие технические разработки были внедрены в компании за последнее время?

— За последние два года группа инженеров АРПИ «Сибирь» постоянно что-то внедряла, улучшала, а все наши разработки мы с удовольствием демонстрируем на семинарах, которые проходят два раза в год. Эти разработки с уверенностью можно назвать новинками для нашего рынка. Например — фасовочные электронные стеллажи.

— Насколько известно, несколько лет назад вы начали совместный проект с компанией Microsoft — Microsoft Dynamics AX . Что он представляет собой? И продолжите ли вы сотрудничество?

— Проект Microsoft Dynamics AX , запущенный в 2007 году, сегодня удачно завершен. Система работает, это большой аналитический механизм, который нам предоставляет любую развернутую статистическую информацию по номенклатурам, продажам, клиентам и т.д. Масштабная аналитика, которая держит все товародвижение с очень высокой надежностью и точностью. Можно отметить, что система в автоматическом режиме рассылает пять тысяч писем в день, оповещая наших клиентов и издателей о заказах, графике возврата, напоминает о тех или иных сроках. Это достаточно большой проект, который помог нам минимизировать расходы.

Будут ли у нас дальше совместные проекты с Microsoft? Безусловно, будут. У нас много планов.

— Не так давно на сайте АРПП начал действовать новый проект — Электронный рынок печатных СМИ России, который призван оптимизировать работу издательско-распространительской отрасли в части бумажного документооборота. Насколько актуальна данная инициатива сегодня?

— Эта инициатива крайне актуальна. Она была еще пять лет назад актуальна, а на данный момент можно сказать, что она перезрела. К моему большому сожалению, развитие проекта движется крайне медленно, но не по вине общественной организации, которая ее разработала и предложила... Думаю, в какой-то степени, двигаться к электронному документообороту мешает косность нашего рынка.

Подобные проекты уже давно работают на прочих рынках, например на рынке продуктов питания. Рано или поздно это дойдет и до нашей отрасли.

— На днях мы отметили приход осени и начала нового делового сезона. С какими показателями его встретил рынок печати?

— За последние восемь месяцев 2011 года отрасль показала печальную статистику. Новые издательские продукты не принесли ожидаемых продаж. Рынок традиционной прессы, не коллекционных изданий, по-прежнему продолжает сокращаться. По летним продажам — катастрофический обвал. Мы надеемся, что с началом делового сезона продажи периодической печати все-таки поднимутся.

— Каковы причины спада?

— Все очень просто — у людей нет денег. Хоть власть и говорит нам о том, что кризис закончился, и пытается получить с работодателей дополнительную доходность путем повышения налогов, в этом своем убеждении она глубоко заблуждается.

— И традиционный заключительный вопрос — ваши дальнейшие планы по развитию компании?

— Сложно кратко охарактеризовать планы по развитию. Но можем уверенно говорить о повышении нашей эффективности, сокращении затрат во всех звеньях деятельности. На падающем рынке, к большому сожалению, в ближайшее время можно будет заработать только путем сокращения расходов.

Алина Свинцицкая
PlanetaSMI.RU

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА

Август 2011

Публикуем очередной обзор событий медиарынка, составленный на основании рейтинга новостей сайта MediaGuide.ru. Источниками новостей служит информация, получаемая от центральных и региональных издательских домов, компаний-производителей товаров и услуг, рекламных и PR-агентств, общественных организаций, компаний-распространителей печатной продукции, полиграфических комбинатов, а также электронных и интернет-СМИ.

Из обзора Вы узнаете:
- об обновлениях изданий и запусках электронных версий;
- о новостях компаний медиарынка.

Центральные и региональные СМИ

В СМИ появилась информация о полной смене бренда петербургского издания «Из рук в руки», в связи с выходом медиахолдинга «Пронто-Москва» из числа участников ООО «Пронто-Петербург», которое издает газету объявлений. Гендиректор ООО «Пронто-Петербург» Александр Евсеев прокомментировал сообщения СМИ о возможных переменах в издании газеты: «Мы как издавали газету частных бесплатных объявлений «Из рук в руки», так и будем издавать... У петербургского издателя всегда была довольно автономная позиция. Действительно, правообладателем бренда «Из рук в руки» является «Пронто-Москва». Зато у местного издательства, еще до создания самого бренда было и остается право на издание СМИ «Из рук в руки. Петербург», — рассказал Евсеев. По его словам, сложившаяся ситуация с акционерами, это не «проблема сегодняшнего дня». «Трудности начались со сменой иностранного инвестора «Пронто-Москва». Между российскими и иностранными партнерами начались сложности, из-за разногласия по определению стратегического развития компании в сети Интернет».

ООО «ИДР» сообщило о передаче права на производство, выпуск и распространение журнала «Домовой» ООО «МПК-Медиа». Как и планировалось ранее, журнал сменит свою концепцию. Выход нового номера в новом издательстве запланирован на ноябрь 2011 года.

Газета Metro продолжает информировать о состоянии рынка локальной рекламы в ежедневных газетах Москвы и Санкт-Петербурга. Его суммарные показатели в обеих столицах, по данным TNS Media Intelligence, в 1 полугодии 2011 года выросли на 14,5% (в Москве — на 20,4%, в Санкт-Петербурге — на 4,0%). Как и в 1 полугодии 2010 года, лидером рынка является Metro с долей 45% (доля в 1 полугодии 2010 года — 39%, в 1 полугодии 2011 года — 45%), более чем в 2 раза превышая долю газеты «Комсомольская правда» (19%), находящуюся на втором месте. Среди топ-10 рынка наибольший рост объемов продажи рекламы показало Metro (32%), на втором месте «Московский комсомолец» (27%), на третьем — «Комсомольская правда» (25%). Московский рынок локальной рекламы в ежедневных газетах формируют 4 издания: Metro с долей 37%, «Комсомольская правда» — 25%, The Moscow Times — 16%, «Московский комсомолец» — 11%. Суммарно эти газеты занимают 88% рынка. Санкт-Петербургский рынок локальной рекламы в ежедневных газетах формируют 2 издания: Metro с долей 63% и «Деловой Петербург» — 17%. Суммарно 2 издания занимают 80% рынка.

Одновременно газета Metro сообщила, что ее аудитория в Москве приблизилась к миллиону. По результатам измерений TNS Media Intelligence за март—июль 2011 года каждый номер Metro в Москве читает 959,9 тыс. человек. Число читателей одного номера Metro в Петербурге выросло с 702,0 тыс. человек (II волна 2011: декабрь 2010—апрель 2011) до 711,5 тыс. человек (март—июль 2011). Суммарная аудитория синдиката Metro Россия теперь составляет 1671,4 тыс. человек.

Проведены первые измерения аудитории журнала «Мой любимый дом», который был запущен в марте 2011 года. По данным TNS Media Intelligence (волна март — июль 2011) количество читателей одного номера журнала составило 117,7 тыс. человек по Москве и 444,4 тыс. человек по России.

С августа в сети изданий «Теленеделя» приступили к реализации новой стратегии развития продукта, которая предполагает ряд качественных и технологических преобразований: обновленный единый формат в основной части регионов; выделение федерального блока для централизованной печати на меле; увеличение мелованных региональных полос; создание центра регионального редакционного производства — Технопарка. Кром того, «Теленеделя» продолжает расширять свое присутствие в регионах. Так, 17 августа по партнерской схеме франшизы вышел первый номер журнала «Теленеделя Ижевск». Партнер издания «Теленеделя» в Ижевске — Медиагруппа «Центр».

Журнал «DVD Эксперт» успешно завершил ребрендинг, в связи с чем сентябрьский номер издания выйдет под новым названием — High Definition. Изменения затронули не только внешнее, но и внутреннее содержание журнала. Новый контент включает в себя материалы международного качества, а также колонки авторов от ведущих британских тайтлов: Hi-Fi Choice и Home Cinema Choice.

ИД «Эдипресс-Конлига» сделал сразу два подарка своим читателям. 8 августа поступил в продажу новый номер журнала «ШиК: Шитье и крой», основанный на материалах испанского журнала PATRONES. В планах редакции выпустить еще один совместный номер до конца 2011 года. Журнал «Ателье» вышел в онлайн. Сентябрьский номер впервые появился сразу в двух форматах: бумажном и электронном.

Журнал Glamour в сентябре запускает два новых проекта — увеличенный формат журнала Glamour Pad, идентичен размеру самого популярного планшетного компьютера в мире, и приложение Glamour для iPad. Новая команда — главный редактор Мария Федорова и новый арт-директор Екатерина Шаповалова — обновила журнал: изменился макет, появились новые рубрики, на страницах стало больше модных съемок и больше вещей.

Группа компаний РБК сообщила о запуске сайта ежемесячного делового журнала РБК — Magazine.rbc.ru. Теперь читатели делового ежемесячника могут выбрать наиболее удобный для них формат получения информации: в традиционном «бумажном» или современном цифровом формате.

Издательский дом «Экономическая газета» отметил 20-летие.

Слияния и поглощения

«Лента.ру» обратила внимание на то, что этим летом столичная мэрия стала активно скупать российские мадиаактивы. 25 августа стало известно, что московское правительство собирается купить убыточную газету «Вечерняя Москва» у Банка Москвы, кроме того ему может достаться радиостанция «Говорит Москва» и акции телеканала «Столица». Возможно, в скором времени, все медиаактивы Москвы будут объединены в единый холдинг. Пока руководитель департамента СМИ и рекламы города Москвы Владимир Черников предпочитает говорить о «реорганизации» медиаактивов, принадлежащих Москве.

Как стало известно «РБК daily», два крупнейших конкурента на полиграфическом рынке — типографии «Пушкинская площадь», подконтрольная Банку Москвы, и «Алмаз-Пресс», на 100% принадлежащая ВТБ, могут объединиться. Это поможет решить вопрос финансирования «Пушкинской площади», кредитование которой было временно приостановлено в процессе слияния двух банков.

«Лента.ру» сообщила, что уже осенью 2011 года ИД Creative Media, контролируемый инвестбанком «КИТ Финанс», может прекратить существование. По данным источников газеты «Коммерсантъ», это случится после того, как все ликвидные активы издательского дома будут проданы. Впрочем, другой источник издания отмечает, что окончательного решения о закрытии бизнеса пока не принято.

Норвежская медиагруппа Schibsted ушла из России. Как пишет «Коммерсантъ», компания продала свой последний российский актив — долю в ООО «Региональные независимые газеты Северо-запад». Решение об уходе с российского рынка, по словам представителя компании Андерса Риктера, было принято после пересмотра стратегии развития. По другим данным, на решение норвежцев могло повлиять давление со стороны властей Санкт-Петербурга, которое было оказано после публикации статьи о возможной отставке губернатора города Валентины Матвиенко.

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 мелкооптовой торговли — ***цена базовая.***

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

Дополнительные услуги по просьбе клиента

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

Получение и доставка товара

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

КОНТАКТЫ

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

Просим клиентов обращаться по вопросам:

— **координации работы коммерческого отдела** к Вяткину Константину Владимировичу (коммерческий директор) k.vyatkin@sibir.su;
— **перспективного заказа периодики и изменения заказа, состоянию дебиторской задолженности** к вашему менеджеру;
— **информации о выходе изданий, их описание, о заказах на товары, отсутствующих в прайсе** к Ванькову Андрею Юрьевичу (руководитель группы работы с поставщиками) a.vankov@sibir.su;
— **организации развоза по Новосибирску или доставки в другие регионы** к Катаеву Денису Сергеевичу (руководитель отдела экспедирования) transsib@sibir.su;
— **организации маркетинговых мероприятий по продвижению изданий** к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы);
— **вопросам работы филиалов** к Курченко Елене Николаевне (управляющий региональными подразделениями) e.kurchenko@sibir.su;
— **по размещению рекламы в корпоративных изданиях АРПИ «Сибирь» и отражению и оформлению информации в корпоративных изданиях, получения анонсов** («Пресса в «Сибири», сайт компании в Internet) к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы), Бедаревой Дарье Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.
Претензии по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

КОНТАКТЫ

АДРЕСА:

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

www.arpi-sibir.ru

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

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

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

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

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

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. ???

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

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

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

Издательство «Паблик»

«Читальный зал. Простые истории»

Сложные судьбы, встречи и расставания, интриги, любовь,а также сканворды, гороскопы - все это наши читатели найдут на страницах журнала «Читальный зал. Простые истории».

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц

«36,6 - рецепты здоровья»

В этом уникальном издании собраны проверенные временем и практикой лучшие рецепты здоровья народной и традиционной медицины, которые реально помогли многим людям вновь обрести силу и энергию, чтобы жить полной жизнью.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц

«Кладовая здоровья»

Данное издание - неоценимый помощник для тех, кто любит применять для профилактики и лечения болезней секреты народной медицины.

А-5, 36 полос,
выход 1 раз в месяц

«ПЕТРОВИЧ»

Развлекательный журнал с анекдотами, карикатурами, фотоприколами и огромным количеством оригинальных сканвордов и кроссвордов.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц

«Полезные советы и идеи»

Ничего лишнего – только полезные советы и идеи.

А-4, 20 полос,
еженедельник

«Тематический спецвыпуск к журналу «Полезные советы и идеи»

Издание универсального содержания.
Семья, дом, быт, досуг.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в квартал

Сделай правильный выбор!

В ПРОДАЖЕ ОФИЦИАЛЬНЫЙ АЛЬБОМ ДЛЯ НАКЛЕЕК РОССИЙСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ПРЕМЬЕР-ЛИГИ

PANINI

- ЛУЧШИЕ ИГРОКИ ЧЕМПИОНАТА РОССИИ
- ЭМБЛЕМЫ КЛУБОВ
- ОФИЦИАЛЬНЫЕ ФУТБОЛКИ КЛУБОВ

В АЛЬБОМЕ 430 НАКЛЕЕК. СОБЕРИ ВСЕ КОМАНДЫ И СМОТРИ ЧЕМПИОНАТ РОССИИ!