ПРЕССА в Сибири

№ 17-18 (520) 14 • 27 мая 2012 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

Журнал о том, как устроен мир!

В НОМЕРЕ

МИФЫ И ЗАБЛУЖДЕНИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРЕССЫ, РАБОТА НАД ОШИБКАМИ И ПРАВИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

новости
страница 2
прайс, графики заказа и возврата на неделю
вкладка 1–48
новости отрасли
страница 3–6
правила работы с «АРПИ «Сибирь»
страницы 7–8

Спецвыпуск журнала «Приготовь»

ПРИГОТОВЬ НА ДАЧЕ

ПРОСТЫЕ РЕЦЕПТЫ ДЛЯ ЗАГОРОДНОЙ ЖИЗНИ

в продаже с 18 июня

для современных и активных женщин

ПРОГРАММА НА ВЕЧЕР: ЙОГА ПРОТИВ СТРЕССА

Июнь 2012

РУССКОЕ ИЗДАНИЕ

Women's Health

ЭКО-ЖИЗНЬ

БЕГОМ ОТ ЖИРА

30 МИНУТ ДО ТЕЛА МЕЧТЫ

ЗЕЛЕНЫЙ НОМЕР

+ Подарок на вырост

7 СЛАГАЕМЫХ ЖАРКОГО СЕКСА ЭТИМ ЛЕТОМ

Миранда Керр
Модель

репортаж

СЕКРЕТ ФЕРМЫ

СТОИТ ЛИ ТРАТИТЬСЯ НА ОРГАНИЧЕСКУЮ ЕДУ

Восстание волос

5 СПОСОБОВ СОХРАНИТЬ ОБЪЕМ ПРИЧЕСКИ

ЗАЦЕНИ СЕБЯ

ЧЕСТНЫЙ ВЗГЛЯД НА ФИГУРУ

КАКУЮ ВОДУ ТЫ ПЬЕШЬ? РАССЛЕДОВАНИЕ WH СТР. 96

12006
4 606895 000864

Уважаемые коллеги!

Проблема рынка печатной прессы, которая волнует сегодня и издателей, и распространителей, — падение продаж. При этом многие инструменты, которые работали когда-то и которые предлагается применять и сегодня, уже не работают.

В этом выпуске журнала «Пресса в Сибири» мы публикуем доклад Сергея Гаврилова, генерального директора АРПИ «Сибирь», в котором он рассказывает о мифах и заблуждениях системы распространения печатной продукции, а также об эффективных работающих инструментах, позволяющих увеличить продажи.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

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

№ 17-18 (520) 14 – 27 мая 2012 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 **10.05.2012 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

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
б	100 рецептов здоровья	↑	2012/3	13,00	14,40	18,00
б	25 Золотых Рецептов	↑	2012/6	7,95	8,90	12,00
б	777 Сакура Японские кроссворды	↑	2012/3	25,45	27,40	34,00
б	777. ДОКУ-САН Толстяк	↑	2012/4	42,30	46,50	65,00
б	Будьте здоровы. Советы для всей семьи	↑	2012/4	13,20	14,70	17,50
б	Все для отличного отдыха	↑	2012/2012	19,50	21,40	27,00
б	Встречаем праздник	↑	2012/11	9,20	10,20	13,00
б	Вяжем сами. Лучшие вязаные модели	↑	2012/3	11,70	13,00	16,50
б	Заговоры. Обереги. Гадания	↑	2012/6	12,10	13,40	17,50
б	Заговоры. Обереги. Гадания. Спецвыпуск.	↑	2012/11	7,35	8,20	10,50
б	Золотая Коллекция Рецептов	↑	2012/6	16,50	18,30	24,00
б	Золотая коллекция рецептов. Спецвыпуск	↑	2012/55	10,55	11,80	15,50
б	Любимые рецепты читателей	↑	2012/6	15,75	17,50	21,00
б	Любимые рецепты читателей. Спецвыпуск	↑	2012/11	7,15	7,90	10,00
б	Мини - судоку	↑	2012/1	24,20	26,60	34,00
б	Пора в отпуск	↑	2012/2012	50,00	54,90	70,00
б	Православные Иконы и молитвы	↑	2012/3	16,55	18,30	24,00
б	Прогнозы и предсказания	↑	2012/4	11,70	13,00	17,00
б	Сезон Заготовок.	↑	2012/11	7,25	8,10	10,50
г	100 Любимых комнатных растений	↑	2012/6	10,60	11,80	15,00
г	1001 совет и секрет	↑	2012/12	12,15	13,40	24,00
г	1001 совет и секрет. Спецвыпуск. Для дачника	↑	2012/6	11,60	12,60	23,00
г	120 Сканвордов	↑	2012/4	28,20	31,00	40,00
г	777 Никита и его друзья. Спецвыпуск	↑	2012/3	32,80	36,00	49,00
г	777 Спецвыпуск. Белый сезон	↑	2012/2013	27,00	29,80	55,00
г	Бисероплетение	↑	2012/6	9,60	10,60	13,50
г	Божественное исцеление	↑	2012/12	7,20	8,00	10,00
г	Бомба-Гигант	↑	2012/23	6,00	6,60	9,00
г	Будьте здоровы. Спецвыпуск	↑	2012/11	8,50	9,40	12,50
г	Вальс цветов	↑	2012/12	10,75	12,00	15,50
г	Ваш огород	↑	2012/14	8,90	9,90	13,50
г	Все о цветах	↑	2012/12	9,85	10,90	13,50
г	Вышивка Бисером	↑	2012/6	11,15	12,40	16,00
г	Вышивка для души	↑	2012/12	13,95	15,50	20,00
г	Вяжем сами	↑	2012/12	9,45	10,50	13,50
г	Вяжем сами. Спецвыпуск	↑	2012/6	9,30	10,40	13,50
г	Застолье	↑	2012/12	7,70	8,60	13,50
г	Золотой сборник лекарственных трав	↑	2012/6	14,10	15,70	21,00
г	Золотой сборник рецептов	↑	2012/6	17,75	19,70	27,00
г	Золотой сборник рецептов. Спецвыпуск	↑	2012/6	18,70	20,80	28,00
г	Кейворды.Попугай	↑	2012/7	22,80	25,20	40,00
г	Коллекция вязанных идей	↑	2012/6	34,80	38,60	49,00
г	Копилочка вкусных рецептов	↑	2012/6	10,65	11,80	15,00
г	Крепкий орешек	↑	2012/23	5,95	6,60	9,00
г	Отдыхай с Юмором. Спецвыпуск	↑	2012/6	22,35	24,70	43,00
г	Приходите в наш дом, мы накормим и споем	↑	2012/6	8,50	9,50	12,00
г	Пухлый попугай	↑	2012/7	23,30	25,90	35,00
г	Рецепты на БИС - Спецвыпуск.1001 совет и секрет	↑	2012/3	12,45	13,50	24,00
г	“Рецепты на ура.””Соленья, квашенья, маринады”” “	↑	2012/2/С	57,80	64,10	95,00
г	Самобранка рецептов и заготовок	↑	2012/6	10,75	11,90	21,00

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
г	Сканворды в любую погоду	↑	2012/6	23,00	25,50	32,00
г	Сканворды Три 555	↑	2012/23	5,70	6,30	12,50
г	Сканворды. Хиты, кумиры 80-х	↑	2012/6	20,50	22,80	31,00
г	Спицы-мастерицы	↑	2012/12	9,35	10,30	13,50
г	Тетрадка рецептов	↑	2012/12	9,20	10,20	13,00
г	Удачный попугай	↑	2012/4	27,70	30,60	48,00
г	Чудо-Блюдо	↑	2012/12	7,85	8,70	11,50
г	ЯдрЕная Бомба с перцем	↑	2012/6	22,40	24,70	43,00
гмто	Томский Бизнес-журнал	↑	2012/6	51,65	47,90	75,00
ж	777 Английский кроссворд	↑	2012/3	18,00	20,00	27,00
ж	777 Золотой сезон	↑	2012/бн	27,45	30,10	37,00
ж	777 Каникулы	↑	2012/июл	26,40	28,90	37,00
ж	777 Любимые сканворды (Спецвыпуск)	↑	2012/3	40,00	44,00	60,00
ж	777 Мировые кроссворды	↑	2012/3	20,45	22,70	29,00
ж	Mobile magazine	↑	2013/1	64,55	71,50	110,00
ж	Домой. Интерьеры плюс идеи	↑	2012/58	97,15	107,10	165,00
ж	Забавные Смурфики	↑	2012/4	110,20	122,50	155,00
ж	Здоровье в доме	↑	2012/26	12,70	14,10	17,50
ж	Здоровяк Сканвордов	↑	2012/4	45,85	50,40	70,00
ж	Каникулы	↑	2012/6	23,85	26,50	33,00
ж	Рисование по точкам	↑	2012/3	24,75	27,50	35,00
ж	Юморикон	↑	2012/6	34,50	38,30	55,00

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

****

С 16 мая 2012 г. меняется периодичность выхода журналов «111 новых сканвордов» и «111 судоку ассорти», издания будут выходить раз в неделю.

****

Издание «Зайка. Сканворды. Моя» с № 20/2012 будет выходить раз в две недели.

ИЗМЕНИЛОСЬ КОЛИЧЕСТВО ВЫПУСКОВ

Изменено количество номеров журнала «Harper's Bazaar» в 2012 году. Выйдет 12 выпусков, вместо сдвоенного номера за июль-август 2012 будет выпущено два номера.

МЕНЯЕТСЯ ШТРИХКОД

Меняется штрихкод журнала «Путевый. Спецвыпуск» с № 3/2012. Новый штрихкод: ISSN 2227-8265, EAN-13: 9772227826770.

КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ИЗДАНИЯ

****

Заказы на каркасы дома к коллекции «Дом мечты» по купонам и без них принимаются до конца коллекции.

****

Изменились вложения в двух выпусках коллекционного издания «Шахматы Гарри Поттер». В № 20 будет волшебная палочка, а в № 21 — белая пешка.

НОВОЕ ВЛОЖЕНИЕ

Журнал «Забавные смурфики» с № 4/2012 будет выходить с новым вложением — мягкой игрушкой-брелком Смурфиком.

ВЫПУСК ПРЕКРАЩЕН

Выпуск № 15 журнала «Закрытая школа» является заключительным. Издатель принял решение приостановить производство данного журнала.

Чья очередь кормить дохлую лошадь?

Мифы и заблуждения распространения прессы, работа над ошибками и правильные решения.

Доклад Сергея Гаврилова, генерального директора АРПИ «Сибирь» на XXII семинаре «Повышение эффективности продаж периодической печати».

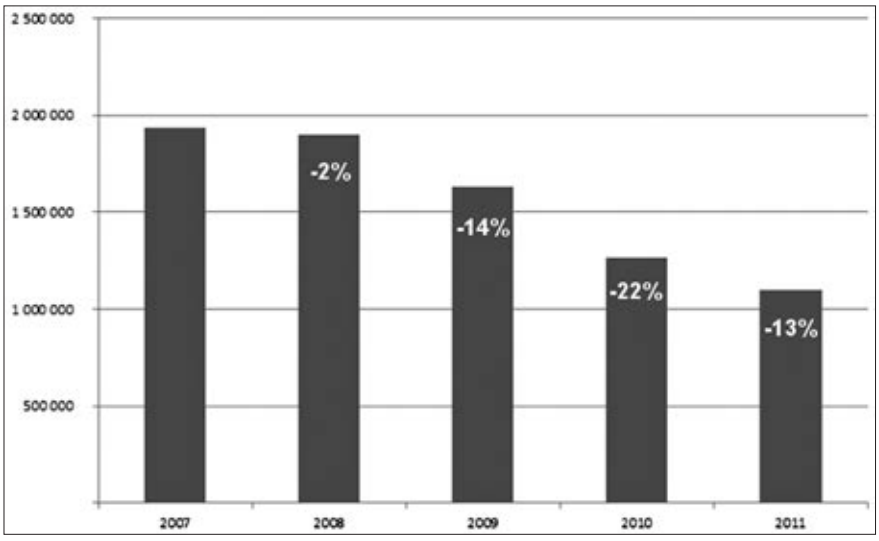
Своё выступление я начну с древней индейской мудрости: что делать, если вдруг обнаружилось, что вы едете на дохлой лошади? Можно менять наездников, пересматривать требования к управлению лошадью, создавать комитеты по изучению лошади. Ничего не напоминает? Но правильный-то ответ — с лошади надо просто слезть.

Теперь обратимся к рынку прессы. Что нам делать, чтобы не оказаться на дохлой лошади?

Динамика продаж традиционной прессы показывает, что рынок падает. Мы провели измерения на собственной сети. Для замера мы выделили 250 устойчивых номенклатур и 50 постоянных киосков, которые не меняли своих мест, не закрывались, стояли на одном месте и работали. И собрали статистику по продажам в экземплярах за 5 лет. Результаты мы получили следующие: в 2007 году было продано 160 тысяч экземпляров, а в 2011 году мы получили продажи на уровне 80 тысяч экземпляров. Продажи упали в два раза.

Отдельные компании, конечно, могут расти. Они занимают лучшее положение на рынке в своём городе, ведут агрессивную ценовую политику, открывают новые точки. Но статистически правильные замеры — на стабильных точках, на одной и той же выборке — показывают, что, к сожалению, продажи падают.

Динамика продаж традиционной прессы (в экземплярах)



Можно предположить, что это касается только киоскового сегмента, ведь есть же ещё супермаркеты, магазины прессы. Да, возможно, киоски наиболее подвержены отрицательным тенденциям, которые мы видим, но падение в два раза всё-таки показывает, что это глобальное изменение на рынке, связанное не только с самим сегментом.

Недавно в кулуарах мы спорили, а растут ли патворки. Коллеги мне активно оппонировали, говорили, что патворки растут, что январь-февраль этого года они закрывают выше, чем январь-февраль прошлого года. Возможно, в каких-то регионах это так. Я располагаю данными касающимися Сибири и предоставляю их.

продолжение на стр. 5

Патворками мы торгуем давно и торгуем правильно: от максимальных продаж первого номера к последующему падению. Так вот, на постоянной базе клиентов динамика продаж выглядит следующим образом: с 2008-го по 2010-й годы мы наблюдали рост, в 2011 — падение.

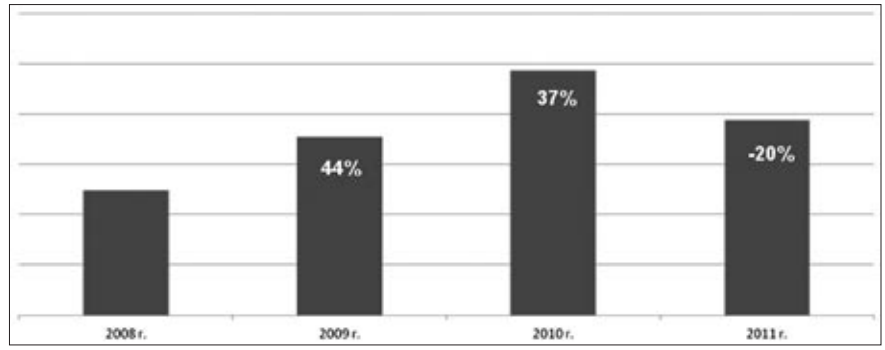
Причём, у отдельных издателей или отдельных коллекций могут быть взлёты и отличные продажи. «Scooby Doo! Великие тайны мира», например, и «Шахматы Гарри Поттера», в которые мы поначалу не верили, так как это перезапуски, показали отличные результаты. Но это отдельные издания. А я говорю об общей тенденции рынка.

Теперь давайте посмотрим на динамику среднеточечных продаж. Чтобы не было недопродаж, средний возврат по сети должен составлять около 40 %. Это значит, нужно продавать не меньше 1,5 экземпляров на точку. Замеры, сделанные в нашей сети в 2008 году, показали, небольшое количество изданий мы продавали в количестве 60 экземпляров на точку, не секрет, что это телегиды. Но наряду с рекордсменами есть и издания, которые продавались по 1 экземпляру на точку. Таких было 188 позиций из 649. А всего в зоне риска (с продажами меньше 1,5 экземпляров) находилось 40 % всех изданий. В 2011 году мы повторили замеры, и обнаружили, что в зону риска попали 58 % позиций.

Что же происходит с изданиями, продажи которых так низки? Бывает, средние продажи составляют 1 экз. на точку, а зачастую, нужно ещё понять на какой именно точке мы можем продать этот экземпляр. Это в математике хорошо считать, что продажи составили 0,5 экземпляра. А в жизни мы не можем послать на точку пол-экземпляра. Это значит, что с 50 % сети возврат гарантирован.

Итак, рынок очевидно падает. Что же мы делаем? Многие начинают действовать так, как действовали 20 лет назад, когда начали заниматься бизнесом. Издатель говорит: «Я знаю, что поможет продажам моего издания». Он в этом абсолютно убеждён. Издатель считает, что нужно раздать прямые контракты, заполонить полки тех сетей, которые контракты получат, сети будут насыщены его изданиями, и всё будет хорошо. Распространитель тоже выступает за прямые контракты, считая, что прямой контракт даст ему отличную цену, а посредник делает слишком большую наценку.

Динамика продаж коллекционных изданий (в экземплярах)



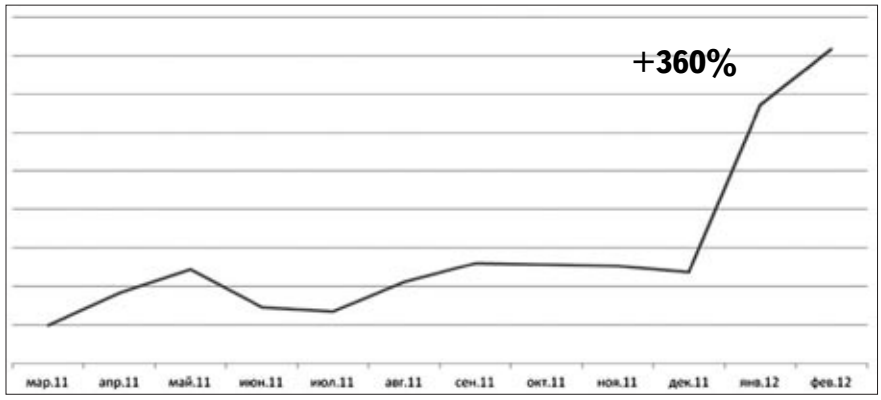
Другие распространители решают продавать, как было на заре перестройки, только самые лучшие издания. Помните, как продавались «Спид-инфо» и «Cosmopolitan»? На этих двух позициях можно было жить. Человек с утра вышел, несколько пачек возле метро продал, семья сыта и довольна. В современных условиях некоторые распространители говорят: «Не буду торговать всей этой прессой, которая продаётся меньше 1 экземпляра, буду торговать только патворками». Кстати, у нас есть в Новосибирске клиенты, которые выбрали для себя эту модель и торгуют только патворками. Такой клиент закупает их и обещает, что никогда не будет делать возвратов, «только выполните мой заказ». Торговая точка в итоге представляет собой этакий музей. Там куча изданий, куча номеров. И клиент может там купить практически любой номер интересующей его коллекции. Но понятно, что хитов, таких как пульт к «AMG Mercedes», там, как и везде, нет.

Но всё это не рабочие инструменты, а мифы, их заменяющие.

При прямых контрактах издатель получает расширение представленного в сети ассортимента. Многие издатели дают прямые контракты только сетям, которые берут у них все издания. Розничная сеть соглашается на это условие, пользуется дополнительным товарным кредитом, а издатель получает дебиторскую задолженность и риски по невозврату. Розница же вместе с плюсами прямого контракта получает дополнительную работу и дополнительные затраты на логистику. А потом ещё и понимает, что зарабатывает-то она не на том, что дешевле купила, а на том, что больше продала.

Что же касается мифа о том, что можно торговать только хитами. Распределение продаж показывает, что 250 наименований из 700 дадут 85 % продаж. А ещё 450 наименований — оставшиеся 15 %. Возникает соблазн отрезать этот «хвост», сократить ассортимент почти в три раза, в два раза уменьшить количество работы, и получить падение продаж всего на 15 %. Но киосковая сеть тогда начинает напоминать супермаркет, где эти 250 наименований уже есть. А покупатель, который приходит в киоск, рассчитывая на большой ассортимент, не находит своего любимого журнала. В итоге происходит дальнейший уход покупателей из киосковой сети.

Рост продаж в результате расширения ассортимента сети Новокузнецкого объединения «Союзпечать»



Концентрация на патворках опасна тем, что теряется навык работы с низкотиражной традиционной прессой. За последние годы все поняли, что торговать патворками — это прекрасно. 40 % рынка — это хорошо. Но сейчас надо вспомнить, что 60 % мы зарабатываем на традиционной прессе. И на ней надо уметь зарабатывать.

В попытках увеличить продажи наши коллеги проводят и другие эксперименты. Издатель, например, предлагает снизить цену в рознице, издатель может направить деньги в рекламу. И далеко не всегда это эффективно.

Но не всё так плохо, есть и действительно работающие инструменты, которые позволяют зарабатывать деньги. Это, например, поточечное управление продажами, которое позволяет прогнозировать, где именно вам удастся продать то или иное издание.

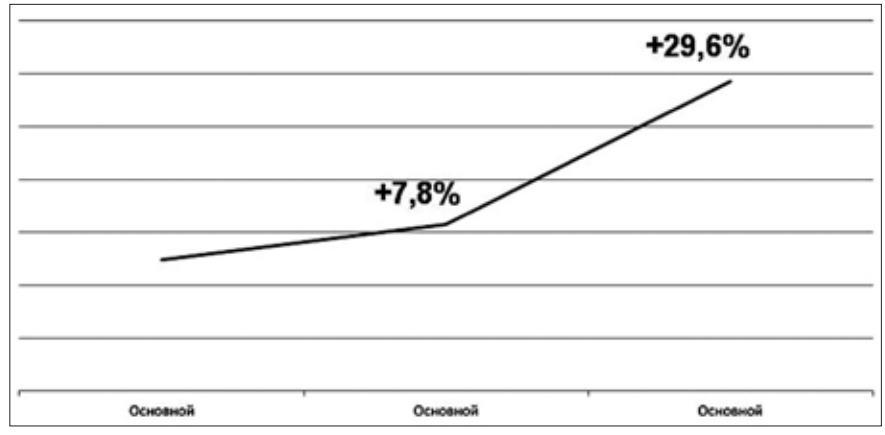
Нужно работать с низкотиражной традиционной прессой. В новокузнецком объединении «Союзпечать» за счёт расширения ассортимента на 318 наименований прессы, мы за три месяца получили 360 % роста. Цифры впечатляют. Конечно, это эффект низкого старта, но он показывает, что покупатель всё ещё хочет покупать традиционную прессу, и если ему эту возможность дают, благосклонно реагирует.

Конечно, нужно проводить совместные программы с издателями. Вместе с издательством «Газетный мир» мы выделили ассортимент, максимально интересный клиенту, начали постоянно обмениваться информацией о продажах и получили очень неплохие результаты. Рост продаж составил 29,6 %. Хорошо работает программа «Единая цена», которая снижает для нашего региона риск, что издание с высокой из-за доставки ценой не попадёт в целевую аудиторию.

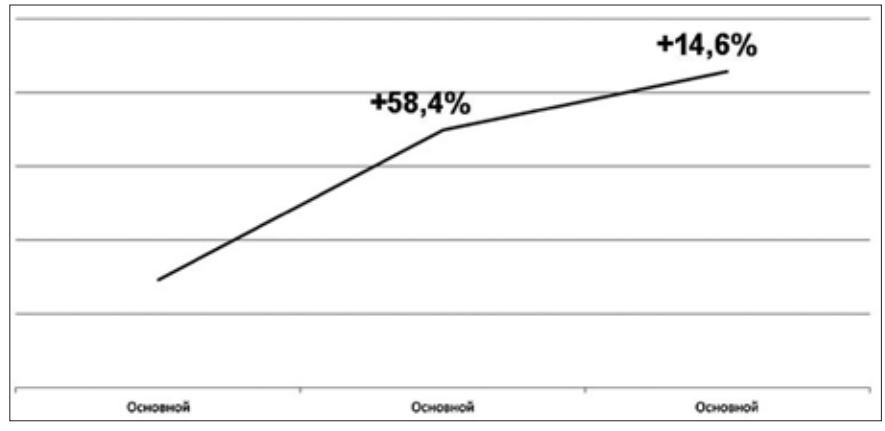
Важна специализация и концентрации на выполнении своих функций. В розничной сети группы компаний «Сибирь» мы держим, например, всего 20 сотрудников в офисе на 150 торговых точек. За счёт чего мы можем обойтись таким количеством? Конечно, за счёт специализации. Это позволяет чётко понять, на чём компания зарабатывает деньги, где она их тратит, как минимизировать траты и как работать эффективнее. Если все компании ответят себе на эти вопросы, выиграет вся цепочка издания и распространения прессы. И мы сможем зарабатывать даже на падающем рынке.

Подготовлено к публикации пресс-службой АРПИ «Сибирь»

Рост продаж после реализации совместной программы развития с издательством «Газетный мир»



Рост продаж изданий ИД «Пресс-Курьер», обеспеченный реализацией программы «Единая цена»



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 транспортного отдела) 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, (916) 306-25-22,
E-mail: msk@sibir.su
Екатеринбург —
Тел. (904) 540-09-12,
E-mail: eburg@sibir.su
Тюмень — Тел. (345-2) 46-55-15,
E-mail: tumenrp@arpi-sibir.ru
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) 44-34-78,
E-mail: yyde@sibir.su
Чита — Тел. (302-2) 44-21-09,
E-mail: chita@arpi-sibir.ru
Хабаровск —
Тел. (914) 771-48-81,
E-mail: habar.dir@sibir.su

КАЗАХСТАН

Алматы — Тел. (727-2) 50-34-25,
E-mail: presst.dir@sibir.su
Петропавловск —
Тел. (715-2) 36-49-36,
E-mail: presst.petr@sibir.su
Павлодар —
Тел. (718-2) 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 16.00.
Тел. (383-43) 2-04-81

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (382-2) 90-03-70

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@arpi-sibir.ru

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ХОЛДИНГ
ПРОЖЕКТОР

ВНИМАНИЕ! ТОЛЬКО В ЖУРНАЛЕ «Дневник садовода-огородника» №10

- **ДАЧНАЯ ЖИЗНЬ ЧЕТВЕРОНОГИХ ДРУЗЕЙ**
Начался дачный сезон, и мы начинаем вывозить своих домашних питомцев на природу...

- **КАК МЫ НАГРУЖАЕМ ВИНОГРАД**
Иметь виноградник на своем участке, пожалуй, мечта каждого садовода. Но выращивать эту культуру без определенных знаний трудно...

- **АРОМАТНАЯ РАДУГА В ВАШЕМ САДУ**
В начале июня цветение ирисов в самом разгаре. Однако уже в это время стоит задуматься о посадке и делении цветущей культуры: выбрать место, закупить посадочный материал...

- **ЗЕМЛЯНИЧНАЯ ТРАВА**
Удивительный и чарующей аромат этой травы, похожий на запах ананаса с оттенком земляники и карамели, способен поразить не только заядлых цветоводов, но и ценителей чая...

- **СКАЗОЧНЫЙ ДИЗАЙН ВАШЕГО УЧАСТКА**
Не так давно на прилавках магазинов стали появляться оригинальные фигурки для озеленения сада, так называемые травянчики...

А ТАКЖЕ В ИЗДАНИИ:

- ДНЕВНИК ДАЧНЫХ РАБОТ НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ
- ЛУННЫЙ КАЛЕНДАРЬ
- ОТВЕТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ВАШИ ВОПРОСЫ
- ДИЗАЙН-ПРОЕКТЫ ДАЧНЫХ УЧАСТКОВ
- СКАНВОРДЫ, ПРИЗОВЫЕ КОНКУРСЫ И МНОГОЕ ДРУГОЕ

ХАРАКТЕРИСТИКИ

Формат: *A5*
Объем: *68 страниц*
Периодичность: *2 раза в месяц*
Обложка: *глянцевая, на скрепке*
Вес: *0,044 г*
Стандартная упаковка:
50 шт., вес 2,2 кг
Возврат : *100%*

СБОР ТИРАЖА ДО 16 МАЯ
В ПРОДАЖЕ С 23 МАЯ

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРПИ «СИБИРЬ»!

Контроль подлинности товара в торговой точке

КВОТНАЯ ЦЕНА 97 КОП.

Размер 100х70 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!