ПРЕССА в Сибири

№ 21-22 (522) 11 • 24 июня 2012 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

В НОМЕРЕ

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ «1С. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ. ТНП И ПРЕССА»

новости
страница 2, 4

прайс, графики заказа и возврата на неделю
вкладка 1–48

новости отрасли
страницы 3, 4, 5–6

правила работы с «АРПИ «Сибирь»
страницы 7–8

СЕНСАЦИЯ!

Впервые на российском рынке коллекционная машинка - российский герой мульт-хита «Тачки 2»

ВИТАЛИЙ ПЕТРОВ!

ОТ РЕДАКЦИИ

Уважаемые коллеги!

В выпуске журнала «Пресса в Сибири» мы публикуем информацию о новой версии программного продукта «1С: Управление продажами. ТНП и пресса». В ней содержатся сведения о новых возможностях программы, а также проведен обзор последних изменений.

А также в номере статья Александра Оськина «Непечатный Интернет против печатного слова» и последние новости изданий.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

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

№ 21-22 (522) 11 — 24 июня 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
А. Р. Ярошевский

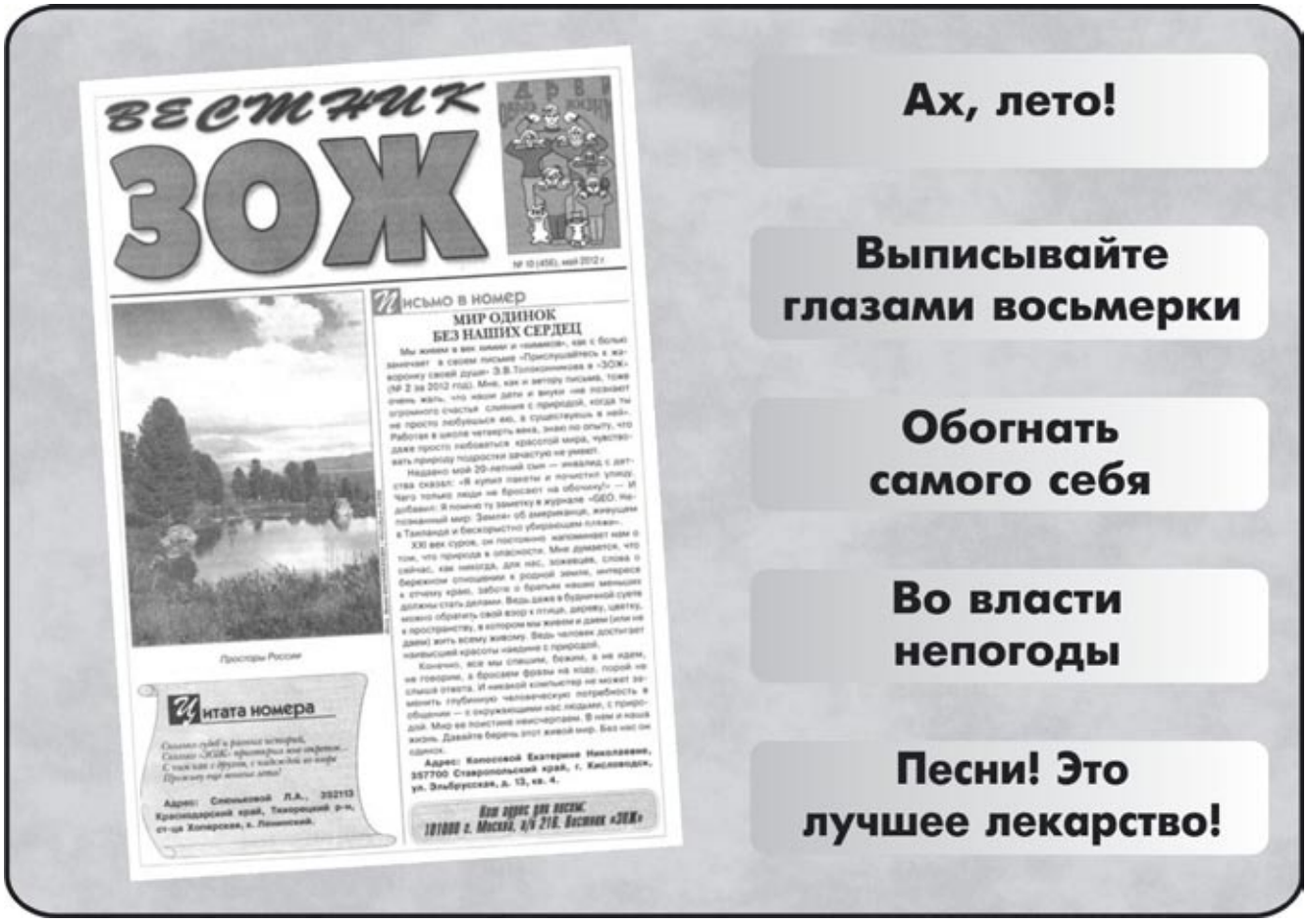
отпечатано в типографии ЗАО **«Медведь Типография»**
Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87
Подписано в печать **06.06.2012 г.**
Тираж 900 экз.

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	777. ДОКУ-САН Судоку сложные	↑	2012/12	14,55	16,00	22,00
б	777. НАУЧИСЬ! Судоку легкие	↑	2012/7	14,35	15,40	21,00
б	777. Сборник (Судоку ПРОФИ)	↑	2012/7	28,85	31,70	41,00
б	Старый добрый кроссворд	↑	2012/13	7,95	8,80	11,00
б	Судоку.Дуэль	↑	2012/7	18,55	20,40	26,00
б	Три семерочки	↑	2012/24	7,90	8,80	14,00
б	Фифти-Фифти (сканворды+анекдоты)	↑	2012/13	11,45	12,70	23,00
г	777	↑	2012/24	8,05	8,90	16,00
г	777 Никита и его друзья	↑	2012/7	14,55	16,00	22,00
г	Веста	↑	2012/24	7,95	8,80	15,50
г	Веста Здоровье	↑	2012/6	10,20	11,50	14,50
г	Веста Меню	↑	2013/1	9,90	11,00	14,00
г	Гвоздь сезона	↑	2012/24	4,60	5,90	12,00
г	Ключворды с перчиком	↑	2012/7	20,70	23,00	35,00
г	На даче	↑	2012/12	14,75	16,40	26,00
г	Пиковая дама	↑	2012/12	12,70	14,00	22,00
г	Пляжный сканворд	↑	2012/10	30,95	34,40	55,00
г	Русский кроссворд	↑	2012/23	18,20	20,20	29,00
г	Сикоку сикоку	↑	2012/7	13,95	15,40	21,00
г	Совершенно секретно	↑	2012/13	14,05	15,50	21,00
г	Футбол	↓	2012/3	45,85	50,40	70,00
ж	777 Игра в кармане	↑	2012/24	11,55	12,80	23,00
ж	777 СУМ-ДО-КУ и другие игры (Спецвыпуск)	↑	2012/24	12,70	14,10	22,00
ж	Здоровяк Сканвордов	↑	2012/7	18,25	20,10	27,00
ж	Золотая антилопа	↑	2012/2	15,80	17,50	24,00
ж	Зятек	↑	2012/24	15,95	17,60	31,00
ж	Ключ-Ворд	↑	2012/7	20,65	22,70	31,00
ж	СамаЯ mini.Приготовь.Спецвыпуск	↑	2012/24	12,60	14,00	25,00
ж	Семен Семеныч	↑	2012/13	15,35	16,90	25,00
ж	Сканворды на каждый день	↑	2012/7	15,55	17,30	26,00
ж	Тещин язык	↑	2012/7	11,15	12,40	18,00
ж	То яма, то канава	↑	2012/7	9,65	10,70	16,00

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

100 % ВОЗВРАТ. ПРОГРАММА «ЕДИНАЯ ЦЕНА»

Внимание! На журнал «Футбол» с выпуска № 23/2012 предоставляется 100 % возврат. Также издание входит в программу «Единая цена». Затраты на доставку компенсирует издатель.

ПРИОСТАНОВЛЕНО

****

Выпуск газеты «Практическая магия» с № 7/2012 приостановлен на неопределенный срок.

****

Приостановлен выпуск журналов: «Angel's Friends» с № 7—8/2012, «Bakugan» С № 6—7/2012, «Bratz. Стильная подружка» с № 7/2012.

ДВЕ ОБЛОЖКИ

Тираж журнала «Andy Warhol's Interview» № 6—7/2012 выйдет с двумя разными обложками.

ОКОНЧАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Коллекция «Мадагаскар. Путешествие с животными» заканчивается на № 36.

АРПИ «Сибирь» — официальный дилер «1С»

Специалисты АРПИ «Сибирь» продолжают разрабатывать и совершенствовать программный продукт «1С: Управление продажами. ТНП и пресса». Сейчас компания АРПИ «Сибирь» готова предложить своим клиентам программу для автоматизации управленческого учёта в киосках и супермаркетах. Конфигурация «ТНП и пресса» работает на платформе «1С: Предприятие 8.2».

Программа обеспечивает автоматизацию действий операторов с помощью штрихкодового оборудования, что сильно ускоряет рабочий процесс и при отгрузке, и при возврате товара. Руководителям будет особенно полезно формирование отчётной информации по учёту, которое очень удобно реализовано в программе.

В новой версии добавлены функции для взаимодействия с АРПИ «Сибирь», при обмене информацией не надо вводить данные вручную. Загрузка поступлений, файлов ремиссии и предложений к возврату может производиться без участия оператора или под его контролем. Автоматизирована работа с предложением к заказу — оно загружается в программу, в ней же клиент может выставить необходимый тираж, после этого достаточно нажать одну кнопку и заказ для АРПИ «Сибирь» готов. Реализовано оформление поточечного заказа и поточечного возврата.

Программный продукт теперь позволяет автоматизировать работу с поставщиками ТНП. Добавлена массовая печать документов и бланков. В модуле «Супермаркеты» сделано оформление документов реализации ТНП и прессы, программа обеспечивает работу с претензиями и ведение учёта взаиморасчётов с контрагентами.

Добавлена связь с разработчиками. Пользуясь специальной формой в программе, пользователь может задать любой вопрос, написать специалистам АРПИ «Сибирь» о любой ошибке. Ответ придёт в течение трёх дней. Есть поддержка пользователей по телефону и электронной почте.

Появилась возможность автоматического обновления конфигурации. Все изменения в законодательстве отслеживаются, и разработчики своевременно вносят корректировки в документы. Чтобы получать эти обновления в автоматическом режиме, необходимо подать заявку разработчикам.

Платформу «1С: Предприятие 8.2», на которой работает конфигурация «Управление продажами. ТНП и пресса», отныне можно приобрести непосредственно в АРПИ «Сибирь». Компания стала официальным дилером «1С» и теперь распространители прессы могут сэкономить время и обратиться к проверенному партнёру. Также в АРПИ «Сибирь» можно приобрести и другие программные продукты компании «1С».

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

ВНИМАНИЕ! КОНКУРС!

На протяжении лета 2012 года в газете «777» (№ 25—36), журналах «Тёщин язык» (№ 25—36), «Зятёк» (№ 25—36), «Семён Семёныч» (№ 25—36) проходит суперконкурс «Ё-моё». По итогам каждого месяца читателей ждут призы: видеокамера и фотоаппарат. А по итогам лета главный приз — ноутбук.

Читатели могут стать участниками конкурса с любого номера изданий до конца лета.

100 % ВОЗВРАТ

Издательство «Популярная пресса» предоставляет 100 % возврат на журналы «Истории из жизни» с № 23/2012; «Успехи и поражения» с № 6/2012; «Истории про любовь» с № 6/2012; «Линия Судьбы» с № 7/2012.

«ПУТЕВЫЙ. СПЕЦВЫПУСК» — САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

Специальный выпуск журнала «Путевый» — «Чемпион» зарегистрирован как самостоятельное издание «Сканворд — Чемпион» с № 3/2012 и получил свой штрихкод: 9772227826770.

ПРОДЛЕНИЕ СРОКА РЕАЛИЗАЦИИ

Продажа спецвыпуска Elle Loves продлена до конца лета 2012 года. Срок возврата в Новосибирск — 08.09.2012. На издание предоставляется 100 % возврат.

новости отрасли

Немцы покупают газеты и журналы все реже

За восемь лет продажи (в физическом выражении) упали на миллиарды экземпляров.

По данным портала о медиабизнесе MEEDIA (Германия) в 2011 году население Германии купило в киосках на один миллиард газет и журналов меньше, чем в 2003 году. При этом расходы на покупку печатных изданий (в расчете на одного человека) снизились с 48,55 до 41,81 евро.

Портал ссылается на данные немецкого союза Presse-Grosso, членами которого являются все киоски по продаже прессы, супермаркеты, заправки в стране и т.д., на которые поставляются печатные издания (в состав союза не входят киоски на вокзалах и в аэропортах). В 2003 году в киосках Союза было продано 3,441 млрд газет и журналов, а в 2011 — 2,441 млрд. Только благодаря росту розничных цен выручка от продаж упала за этот период не так уж сильно: с 3,989 млрд до 3,403 млрд.

В 2011 году по сравнению с 2010 годом количество проданных журналов и газет сократилось на 139 млн экземпляров (5,4%). Парадокс ситуации состоит в том, что число киосков по продаже газет и журналов за это время выросло. Лишь в 2009 году оно снизилось до нынешних 122 017. Меньшее количество журналов и газет продается в большем количестве торговых точек, чем восемь лет назад.

В сократившемся миллиарде отражены различные сегменты печатных СМИ. Если взглянуть на потери от розничных продаж за восемь лет, то заметно, что почти треть приходится на таблоид Bild, принадлежащий медиакомпании Axel Springer.

Почти полмиллиарда экземпляров потеряли в совокупности другие ежедневные газеты, продающиеся в киосках. В первом квартале 2000 года ежедневно в киосках продавалось 10 млн газет и журналов, 12 лет спустя — 5,71 млн.

Население Германии все реже покупает газеты и журналы. Расходы с 2003 по 2011 годы на покупку печатных изданий (в расчете на одного человека) снизились с 48,55 до 41,81 евро.

Media-Day.ru

Реклама не распечатывается

Доходы прессы снижаются

Рекламные доходы федеральных печатных изданий за первые четыре месяца года сократились на 1 %, подсчитал аналитический центр «Видео Интернешнл» (АЦВИ). Рост выручки продемонстрировали лишь газеты, прибавившие 15,8 %, до 2,646 млрд руб. Доходы специализированных рекламных изданий, снижающиеся уже больше года, по итогам января-апреля уменьшились еще на 23,1 %, до 1,262 млрд руб.

Доходы федеральных изданий от рекламы за первые четыре месяца 2012 года составили 10,395 млрд руб. с НДС (сокращение на 1 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), следует из данных АЦВИ. Тем не менее апрель выглядел уже более успешным, чем месяцы первого квартала, отмечает эксперт отдела исследования прессы АЦВИ Александр Ефремов: по его итогам был зафиксирован прирост рекламных сборов на 3,2 % к апрелю прошлого года, до 3,349 млрд руб., тогда как каждый из первых трех месяцев, напротив, демонстрировал падение — от 0,6 % до 3,9 %. При этом Ассоциация коммуникационных агентств России, оценивающая доходы всей прессы, включая региональные издания, ранее сообщала, что по итогам первого квартала объем рекламы в прессе увеличился на 1 %, до 8,4—8,7 млрд руб. за вычетом НДС.

Динамика доходов у разных типов изданий резко отличается, свидетельствуют подсчеты АЦВИ. Например, выручка специализированных рекламных изданий за первые четыре месяца года упала сразу на 23,1 %, до 1,262 млрд руб. В том числе, например, автомобильные рекламные издания потеряли сразу 35 % доходов, заработав лишь 207 млн руб. В целом доходы сегмента рекламной прессы неуклонно сокращаются начиная еще с марта 2011 года. В частности, голландская Trader Media East (TME), владелец российского холдинга «Пронто-Москва», издающего газету «Из рук в руки», ранее уже указывала в своих отчетах, что в 2011 году решила начать переориентацию на онлайн-сегмент бизнеса, перестав выпускать в России сразу 25 убыточных региональных рекламных изданий.

Плохие показатели российских печатных изданий стали основной причиной снижения выручки TME и в первом квартале 2012 года, сообщала компания в последнем отчете. Общая выручка TME в первом квартале сократилась на 13,8 %, до $28,5 млн, а внутри России — на 11,2 %, до $22,1 млн. Падение немного смягчил рост интернет-рекламы: TME не уточняет, какая часть его выручки приходится на онлайн, указывая лишь, что у российских активов холдинга (irr.ru, job.ru) доходы в этом сегменте выросли в первом квартале на 44 % к аналогичному периоду 2011 года.

Доходы нерекламных газет, по данным АЦВИ, за первые четыре месяца, напротив, заметно увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — на 15,8 %, до 2,646 млрд руб. В том числе, например, выручка еженедельных газет выросла на 12,4 %, до 1,2 млрд руб., а ежедневных изданий — на 18,9 %, до 1,4 млрд руб. В частности, о росте показателей в России в отчете за первый квартал 2012 года сообщала шведская Metro International: выручка санкт-петербургского издания газеты Metro увеличилась в январе-марте на 13 %, до €2,436 млн (примерно 96 млн руб. по средневзвешенному курсу за период). Этот прирост компания связывает, прежде всего, с активизацией рекламы автомобильных брендов. По данным АЦВИ, их рекламные бюджеты в центральной прессе за четыре месяца выросли на 6 %, до 1,094 млрд руб.

Наконец, рекламная выручка журналов осталась примерно на прежнем уровне, сократившись лишь на 1,2 % к уровню первых четырех месяцев прошлого года, до 6,487 млрд руб., подсчитал АЦВИ. Крупнейший по объемам сегмент женских журналов при этом потерял 7 %, до 2,251 млрд руб., в то время как, например, бортовые журналы собрали на 40 % больше рекламы, чем годом ранее, — 192 млн руб. Например, финская Sanoma Corp., владелец ИД Sanoma Independent Media (журналы Cosmopolitan, Men`s Health, Grazia, Harper`s Bazaar и др.), в отчете за первый квартал сообщала о снижении доходов в России, а также странах Центральной и Восточной Европы на 4,6 %, до €49 млн (около 1,931 млрд руб. по средневзвешенному курсу за период). Правда, это падение примерно наполовину объясняется негативной курсовой разницей, а непосредственно рекламные доходы, на которые приходится около 52,6 % выручки в этих странах, наоборот, выросли, указывается в отчете.

Коммерсантъ

Непечатный Интернет против печатного слова

По последней статистике, в России уже 70 миллионов человек имеют доступ к Интернету. Одновременно с этим в обществе наблюдается вполне определённая идеализация интернет-пространства и особенно блогосферы и социальных сетей. Здесь вам и приятельская тусовка, и высокосознательное гражданское общество, все газеты, журналы и книги, радио, телевидение и, страшно сказать, Twitter Уго Чавеса с тремя миллионами подписчиков — наши политики могли бы позавидовать этому рекорду.

Интернет-эйфория иногда напоминает массовую эпидемию, когда самые, казалось бы, трезвые и прагматичные аналитики начинают идеализировать интернет-среду, связывая с ней не только развитие человеческой цивилизации, но и все инструменты достижения человеческого счастья и справедливости. Какой-то интернет-большевизм и даже интернет-пассионарность, которые, как мне кажется, весьма далеки от реальности. Хотя уже появились трезвые голоса, видящие в социальных сетях реальную ограниченность, в которой человек часто замыкается в информационном коконе себе подобных и теряет доступ к альтернативным взглядам и мнениям.

В числе здравомыслящих экспертов, говорящих и пишущих о влиянии Интернета на общество — профессор Российской экономической школы Р. Ениколопов. В своём докладе, недавно прочитанном в Политехническом музее, он, в частности, упоминает Е. Морозова, диссидента из Белоруссии, утверждающего, что Интернет сам по себе — это обоюдоострый меч, который может использоваться не только протестным движением, но и авторитарным режимом для подавления протестов. Цитирует Р. Ениколопов и К. Санстайнта, подчеркивающего, что в Интернете люди разбегаются по своим блогам и все живут как бы в информационном коконе. Говоря о роли соцсетей в организации коллективных протестных действий, автор доклада приводит пример Ирана, в котором состоялась зелёная революция через Twitter, а также Египта, где блогер Вael Гоним, создавший самую популярную страницу в Facebook для организации протестов, написал книгу «Революция 2.0», в которой утверждал, что без соцсетей революции в его стране не было бы.

Примером влияния соцсетей на традиционные политические процессы может служить Движение чаепития (Tea Party Movement) в США, которое во многом самоорганизовалось именно через социальные сети. Но главный вывод Р. Ениколопова заключается в том, что влияние Интернета на политику изучено крайне мало, а соцсети — это слабые социальные связи, недостаточные для реальной организации людей, и активность в соцсетях может играть какую-то роль, если она жёстко связана с оффлайн-активностью.

На фоне начавшихся противоречивых явлений в Интернете любопытные процессы происходят и в сфере печатных СМИ. Последний яркий пример — выход в свет журнала с реальными запахами. Как пишет mmr.ua, британский журнал о садоводстве Gardners World выпустил номер с применением популярного принципа «потри и понюхай», чтобы привлечь внимание читателей. Вместе с обложкой с запахом лаванды номер также содержит вкладыш с дополнительными запахами.

Какой бы привлекательной виртуальная реальность ни была, человеку нужны материальные вещи, которые он мог бы пощупать, понюхать, попробовать на вкус.

Печатная продукция стала предлагать потребителю не только интерактивные механизмы с помощью QR-кодов и выхода в интернет-магазины, но и всякого рода развлекательные механизмы, аудио- и видеовклейки, игры и так далее. Журнал, построенный по принципу «потри и понюхай», в этом ряду не самый продвинутый, но для женской аудитории весьма привлекательный.

В информационном коконе долго не проживёшь, надо общаться с друзьями, коллегами, единомышленниками. И это общение никакая «матрица» не заменит. Интернет-фанатизм применительно к идеализации социальных сетей и блогосферы отражает очередную веру в чудо. Но виртуального чуда в очередной раз может не случиться — глаза утомятся, химеры исчезнут и, устало потянувшись возле надоевшего экрана, человек возьмёт в руку материальный предмет, например, журнал для мужчин, потрёт какую-то из фотографий и почувствует приятный запах, на который не способен пока кусок железа и пластика с минеральными добавками.

Блог Александра Оськина в Живом Журнале

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), Ярошевскому Александру Ростиславовичу (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

Harper's BAZAAR

ИЮЛЬ 2012

Наталья Водянова *и* Брайан Адамс

Обнаженные СЕРДЦА

Друзей выбирают!

БРИЛЛИАНТЫ, ИЗУМРУДЫ, САПФИРЫ И ЖЕМЧУГ

278 ШЕДЕВРОВ

12007
4 606895 000031

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!