



ПРЕССА **В Сибири**

№ 31–32 (527) 20 августа • 2 сентября 2012 г. www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



В НОМЕРЕ

ПРЕССА ПОД ПРЕССОМ

●
НОВОСТИ

страницы 2–4

**прайс, графики заказа
и возврата на неделю**

вкладка 1–48

новости отрасли

страницы 5–6

**правила работы
с «АРПИ «Сибирь»**

страницы 7–8

Приглашаем принять участие
в **XXIII семинаре АРПИ «Сибирь»**
24–26 октября 2012 г.
Конгресс-отель «Новосибирск»
**Будем рады встрече
на семинаре**



100

впервые

ЛУЧШИХ ХОЛОСТЯКОВ мира!

(Гаити, Канада,
Швеция, Мексика,
Россия и др.)

Признания
и мейлы
прилагаются

плюс Как
правильно
знакомиться
Советы от коуча

5 НОРМ ОФИСНОГО ЭТИКЕТА

**МИЛА
ЙОВОВИЧ:**
“У меня взрывной
характер!”

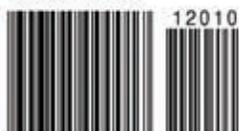
Вот это дао! Медленный секс

- БОЮСЬ ВОДИТЬ
МАШИНУ
 - ПОССОРИЛАСЬ
С РОДИТЕЛЯМИ
 - РАССТАЛАСЬ
С ЛЮБИМЫМ
- Какой
специалист
тебе поможет

Мужчины
делают
предложение
в Cosmo
Может быть,
тебе?

Узнай
на стр. 134

OCTOBER 2012



4 606895 000017

COSMOPOLITAN.RU

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
б	Раскраски в ладошках	↑	2012/9	9,90	11,00	14,00
г	Ваш талисман	↑	2012/12	22,85	25,20	31,00
г	Ваш талисман. Спецвыпуск	↑	2012/9	18,45	20,40	25,00
г	Вкусно и просто	↑	2012/9	37,05	41,10	55,00
г	Волшебный карандаш	↑	2012/9	24,65	27,40	34,00
г	Волшебный горшочек	↑	2012/19	13,80	15,30	24,00
г	Встречи на кухне	↑	2012/9	19,25	21,40	27,00
г	Вышивка: просто и красиво	↑	2012/9	22,85	25,40	32,00
г	Вяжем крючком	↑	2012/10	34,65	38,40	60,00
г	Вязаная копилка	↑	2012/9	36,35	40,30	65,00
г	Вязаная мода из Финляндии	↑	2012/5	57,40	63,80	80,00
г	Вязаная одежда для солидных дам	↑	2012/5	37,60	41,70	65,00
г	Вязание Модно и просто	↑	2012/19	25,55	28,30	41,00
г	Вязание Модно и просто. Вяжем детям	↑	2012/9	25,65	28,40	42,00
г	Вязание Модно и просто. Вяжем детям. Спецвыпуск.	↑	2012/9	24,80	27,50	40,00
г	Вязание модно и просто. Для самых маленьких	↑	2012/9	24,50	27,20	34,00
г	Вязание Модно и просто. Спецвыпуск.	↑	2012/9	37,60	41,70	65,00
г	Вязаный креатив	↑	2012/10	45,30	50,30	65,00
г	Готовим с шеф - поваром	↑	2012/5	45,70	50,60	75,00
г	Готовим с шеф - поваром. Спецвыпуск	↑	2012/5	64,50	71,50	110,00
г	Десятки идей	↑	2012/4	44,55	49,50	65,00
г	Домашняя еда	↑	2012/9	29,35	32,60	41,00
г	Домашняя кулинарная энциклопедия	↑	2012/5	22,45	24,90	37,00
г	Домашняя кулинарная энциклопедия. Спецвыпуск	↑	2012/9	20,75	23,00	34,00
г	Желтая газета	↑	2012/35	12,40	13,80	22,00
г	Желтая газета. Спецвыпуск	↑	2012/5	12,50	13,90	22,00
г	Желтая газета. Только звезды	↑	2012/35	15,90	17,60	26,00
г	Женские судьбы	↑	2012/19	17,40	19,20	29,00
г	Загляни за горизонт	↑	2012/9	33,20	36,90	55,00
г	Здоровье дарит	↑	2012/17	14,60	16,20	21,00
г	Знаки твоей судьбы	↑	2012/9	18,75	20,70	30,00
г	Компьютер для начинающих	↑	2012/9	32,20	35,80	45,00
г	Кухни народов мира	↑	2012/5	36,65	40,70	55,00
г	Лучшие рецепты наших читателей	↑	2012/9	26,85	29,80	44,00
г	Лучшие рецепты наших читателей 100 лучших рецептов	↑	2012/9	42,50	47,20	60,00
г	Лучшие рецепты наших читателей Подарочное издание	↑	2012/5	80,95	89,90	115,00
г	Лучшие рецепты наших читателей Спецвыпуск.	↑	2012/9	32,15	35,70	45,00
г	Магия дома	↑	2012/19	17,90	19,80	29,00
г	Магия дома. Спецвыпуск	↑	2012/4	40,80	45,10	70,00
г	Мастерим вместе с мамой	↑	2012/9	26,30	29,20	37,00
г	Между нами, женщинами	↑	2012/35	14,35	15,90	24,00
г	Между нами, женщинами. Спецвыпуск	↑	2012/5	14,20	15,80	24,00
г	Мир загадок, чудес и тайн	↑	2012/8	26,30	29,10	44,00
г	Мои любимые цветы	↑	2012/19	21,55	23,90	30,00
г	Мой друг компьютер	↑	2012/18	32,60	36,10	46,00
г	Морфей	↑	2012/18	19,05	21,10	32,00
г	Морфей. Спецвыпуск.	↑	2012/4	13,75	15,30	23,00
г	Обереги	↑	2012/10	18,15	20,20	30,00
г	Огород	↑	2012/19	19,05	21,10	29,00
г	Попурри	↑	2012/9	31,40	34,80	55,00
г	Попурри Скворд	↑	2012/9	31,25	34,70	55,00
г	Православный помощник	↑	2012/9	19,95	22,20	28,00
г	Приключения, тайны, чудеса	↑	2012/19	25,40	28,10	42,00
г	Припасаем на зиму	↑	2012/21	12,20	13,60	17,00
г	Простые уроки рисования	↑	2012/9	29,00	32,00	48,00
г	Раскрась и наклей	↑	2012/10	35,25	39,20	49,00
г	Рецепты из первых рук	↑	2012/9	24,05	26,70	34,00
г	Рецепты на бис. Спецвыпуск.	↑	2012/2	63,90	66,20	100,00
г	Рукоделие Модно и просто	↑	2012/9	37,85	42,10	55,00

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
г	Сад и огород круглый год	↑	2012/9	18,15	20,20	25,00
г	Сам себе лекарь	↑	2012/19	19,00	21,10	31,00
г	Сам себе лекарь. Спецвыпуск. Есть здорово	↑	2012/9	18,60	20,70	31,00
г	Сверхестественное рядом	↑	2012/9	26,60	29,40	44,00
г	Святые иконы и молитвы	↑	2012/19	19,45	21,50	27,00
г	Святые иконы и молитвы. Спецвыпуск.	↑	2012/8	17,35	19,20	23,00
г	Секреты моего дома	↑	2012/18	19,45	21,40	33,00
г	Скан-Парад	↑	2012/9	48,00	52,80	70,00
г	Скатерть-самобранка	↑	2012/19	20,10	22,30	33,00
г	Скатерть-самобранка Спецвыпуск	↑	2012/17	21,00	23,30	29,00
г	Скатерть-самобранка. Клуб друзей	↑	2012/9	30,90	34,30	46,00
г	Смекалочка	↑	2012/19	24,75	27,50	35,00
г	Собеседник	↑	2012/33	14,45	16,00	26,00
г	Собеседник-Кроссворд для детей	↑	2012/35	10,60	11,70	18,00
г	Современная усадьба	↑	2012/9	38,55	42,60	65,00
г	Солнечный зайчик	↑	2012/18	19,55	21,60	32,00
г	Соляночка	↑	2012/19	19,50	21,70	32,00
г	Соляночка Спецвыпуск.	↑	2012/9	16,50	18,40	25,00
г	Сто советов для бабушек и мам	↑	2012/9	19,80	22,00	28,00
г	Тайны нашего мира	↑	2012/9	26,05	28,80	43,00
г	Талантливый малыш	↑	2012/9	26,45	29,40	37,00
г	Твоя лучшая подруга	↑	2012/10	34,45	38,00	49,00
г	Уроки кулинара	↑	2012/5	27,80	30,90	39,00
г	Учимся играя. От 2 до 3	↑	2012/9	26,30	29,20	37,00
г	Учимся играя. От 3 до 4	↑	2012/9	26,30	29,20	37,00
г	Учимся играя. От 4 до 5	↑	2012/9	26,30	29,20	37,00
г	Учимся играя. От 5 до 6	↑	2012/9	26,30	29,20	37,00
г	Уютная газета	↑	2012/18	22,05	24,40	31,00
г	Хозяйка в доме	↑	2012/19	24,30	26,80	41,00
г	Цветы для дома и сада	↑	2012/9	21,35	23,70	28,00
г	Целебная кулинария	↑	2012/9	17,30	19,20	29,00
гм	Доска объявлений	↑	2012/35	13,35	15,20	18,50
гмнк	Франт-Объявления (понедельник)	↑	2012/70	23,80	26,50	30,00
гмнк	Франт-Объявления (четверг)	↑	2012/71	23,80	26,50	30,00
гмт	Жизнь (Челябинск)	↑	2012/35	14,05	15,60	22,00
ж	Andy Warhol's Interview (Энди Уорхолл Интервью)	↑	2012/9	101,80	113,10	135,00
ж	GRAZIA	↑	2012/29	51,25	56,70	75,00
ж	Panini Collections Marvel. Играй и учись с Человеком-Пауком	↑	2012/9	92,65	102,90	130,00
ж	Panini Collections Твой лучший друг Человек-Паук	↑	2012/10	92,65	102,90	130,00
ж	Panini Marvel СУПЕРГЕРОИ	↑	2012/10	94,00	104,40	150,00
ж	Psychologies	↑	2012/78	79,45	88,20	130,00
ж	Psychologies Travel	↑	2012/78	65,45	72,70	100,00
ж	Аквариум	↑	2012/5	79,60	88,30	105,00
ж	Библиотечка домашней хозяйки	↑	2012/5	21,10	23,40	28,00
ж	Домашний праздник	↑	2012/9	31,10	34,60	43,00
ж	Здоровье в доме	↑	2012/35	13,15	14,60	18,50
ж	Лечим без лекарств	↑	2012/9	18,55	20,60	26,00
ж	Любимый продукт	↑	2012/9	30,70	34,10	43,00
ж	Простые рецепты здоровья	↑	2012/10	32,15	35,60	45,00
ж	Рецепты здоровья для всех	↑	2012/4	68,35	75,60	100,00
ж	Рыболов	↑	2012/9	38,75	43,00	65,00
ж	Рыболов Elite	↑	2012/5	108,10	119,90	170,00
ж	Секреты кулинарного мастерства	↑	2012/9	30,70	34,10	43,00
ж	Сканворды в картинках	↑	2012/10	27,30	29,90	60,00
ж	Собеседник-Кроссворд для детей. Твой журнал на все каникулы	↑	2012/4	30,05	33,40	42,00
ж	Судоку средней сложности	↑	2012/9	10,10	11,20	14,00
ж	Филворды	↑	2012/9	10,10	11,20	14,00
ж	Цифровые сканворды от ПИРАМИДЫ	↑	2012/10	26,90	29,80	38,00
ж	Что надо знать о здоровье	↑	2012/10	56,80	62,80	80,00
ж	Щедрый стол	↑	2012/19	22,40	24,90	32,00

Семинар АРПИ «Сибирь» в конгресс-отеле «Новосибирск»

Местом проведения XXIII семинара АРПИ «Сибирь» во второй раз станет крупнейший в городе бизнес-отель «Новосибирск».

Участники XXII семинара смогли по достоинству оценить все преимущества гостиничного комплекса. От других его выгодно отличает расположение на пересечении двух центральных улиц города, вблизи транспортных развязок, а дорога от аэропорта «Толмачево» до места проведения семинара займет не более 25 минут. Конгресс-отель «Новосибирск» отличают атмосфера комфорта, современные интерьеры, высокий уровень обслуживания, отвечающий мировым стандартам сервиса и индивидуальный подход к каждому гостю.

Конгресс-зал отеля «Новосибирск», в котором пройдет рабочая программа семинара, оборудован по последнему слову техники. Здесь имеется все необходимое для проведения полноформатных деловых мероприятий.

Комфортабельные номера гостиничного комплекса оснащены бесплатным, высокоскоростным Wi-Fi, действующем на всей территории комплекса.



Мы уверены, что нашим коллегам будет удобно работать и отдыхать в этом отеле.

До встречи на XXIII семинаре АРПИ «Сибирь»!

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

ИЗМЕНИЛСЯ СТАНДАРТ

УПАКОВКИ

Журнал «Наталья» (№ 05/2012) выйдет со стандартом упаковки 25 экз. вместо ранее объявленного стандарта 50 экз.

Журнал «Мама, это я!» (№ 09/2012) выйдет со стандартом упаковки 20 экз. вместо ранее объявленного стандарта 30 экз.

ЗАВЕРШЕНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Завершен выпуск коллекционного издания «Вакуган. Вселенная игры». Выпуск № 12 — последний.

ВЛОЖЕНИЯ В ЖУРНАЛЫ

В спецвыпуске журнала «Лена. Рукоделие» (№ 03/2012) в качестве бонуса на одном из разворотов будут размещены схемы красивых сюжетов для вышивания крестом..

ВОЗОБНОВЛЕН ВЫПУСК

Выпуск журнала Вакуган возобновляется с № 10. Штрихкод остается без изменений.

ПРЕКРАЩЕН ВЫПУСК

Прекращен выпуск журнала «Сканворд 12 месяцев». Сентябрьский номер издания (№ 09/2012) выходить не будет.

ВЛОЖЕНИЯ В ЖУРНАЛЫ

В каждом номере журнала «Забавные смурфики» читателей ждет сюрприз — смурфомячик. Всего в коллекции 8 игрушек.

Пресса под прессом

Какая судьба ждет печатные и отраслевые СМИ в новых законодательных реалиях? При всех затруднениях, которые тотальный запрет на рекламу алкоголя создал для самых разных площадок, в деле с новой редакцией старого закона есть один едва ли не главный «пострадавший». Речь о печатной прессе, которая и так переживает не лучшие времена в связи с ростом Интернета, а теперь имеет все основания ждать для себя еще худших.

Доля доходов от рекламы спиртного в бюджете среднего журнала или газеты не так уж велика — около пяти процентов. Безусловно, здесь следует отделять информационное издание от «глянца» и, тем более, от отраслевой прессы, которая специализируется на освещении и продвижении разных алкогольных марок. Разброс в поступлениях по этой статье может варьироваться от долей процента до трех четвертей всех рекламных денег. Однако кроме выпадения доходов по алкогольному пункту, осенью отечественную печатную прессу может ждать еще один удар.

Как уже писал Sostav.ru, с сентября финские производители бумаги намерены поднять цены для российских покупателей. Сами издательства бумагу, как правило, не покупают: закупками занимаются типографии, которые потом закладывают расход в итоговый прейскурант. Причем, по словам исполнительного директора «Гильдии издателей печатной продукции» Марины Давыдовой, стоимость бумаги иногда доходит до половины стоимости газеты или журнала.

Конкретная планка роста цен пока не озвучена, но участники рынка полагают, что она может достичь 10 %. Строго говоря, это должно уложиться в инфляцию, но в любом случае радости издателям не добавит. Прибавляя сюда повышение тарифов на коммунальные услуги, эксперты ожидают, что стоимость журналов к концу года возрастет примерно на 20 %, причем 10–15 % из них вынуждены будут закрыться или перейти в Интернет.

Александр Ефремов, эксперт АЦВИ: «В связи с запретом рекла-

мы алкогольных напитков пресса, безусловно, потеряет в следующем году часть доходов. В 2010 году доля от рекламы алкоголя в прибыли печатных изданий составляла примерно 5 %, в 2011 году она сократилась до 4 %. По итогам первого полугодия 2012 года этот показатель составляет 4,5 % и к концу года наверняка возрастет до 5–6 % в связи с тем, что рекламодатели постараются использовать «последний шанс». Это не очень высокие цифры, и сам по себе уход алкоголя не скажется бы драматическим образом на доходах прессы в целом. Но дело в том, что печатные издания не являются чем-то однородным. Например, доля спиртного в рекламных доходах гляцевых мужских журналов уже достигла в I полугодии 2012 года 14,4 %. Еще больше зависят от рекламы алкоголя познавательные и бортовые журналы. Правда, в случае с последними, возможно, удастся доказать, что реклама в бортовых журналах является рекламой в местах продаж. Есть вероятность, что некоторые журналы, над которыми нависла угроза потерять значительную часть доходов, будут размещать рекламу алкоголя в виде свободных вкладок. Такие вкладки, не являясь формально частью журнала, могут распространяться только с теми экземплярами, которые продаются в супермаркетах. В этом случае закон формально будет соблюден. Хотя не факт, что ФАС согласится с такой его трактовкой».

Если наложить один тренд на другой, нетрудно будет вычислить «главных жертв» повышения цен



и нового закона. Очевидно, что профильным изданиям придется тяжелее всего: здесь поступления от рекламы спиртного достигают половины, а то и 75 % рекламных доходов и их отсечение для большинства будет равносильно закрытию. С другой стороны, все эти журналы — бесплатные: если издателям удастся найти в законе необходимые лазейки и выжить, рост цен на исходные материалы не должен на них сильно отразиться.

Наряду с профильной печатью под основной удар попадут кулиарные журналы, где алкосоставляющая рекламного бюджета тоже весьма велика — до 25 %.

К изданиями, которые должны ощутимо пострадать, относятся познавательные, бортовые журналы и мужской «глянец». Здесь доля строчки со спиртным в рекламных доходах колеблется от 15 до 20 %. К тому же мужские и познавательные журналы, не будучи бесплатными, к осени вынуждены будут поднять цены, что одинаково снизит их привлекательность как

в глазах покупателей, так и на взгляд брендов.

Меры и контрмеры

С тарифами и расценками на финскую бумагу едва ли можно что-то сделать, но в отношении запрета на «алкогольный» доход попытки предпринимаются. Как нам стало известно из источников на рынке, для обхода новых запретов уже прорабатывается несколько легальных схем, среди которых — возможность выпускать «непериодические» издания с алкогольной рекламой (в законе сказано только о периодике) или помещать рекламу во вкладыши, формально не являющиеся частью журнала.

Константин Чернозатонский, издатель журнала Simple Wine News: «Потребитель качественного алкоголя — взрослый, вполне ответственный и хорошо зарабатывающий человек — только-только появился в нашей стране, как феномен. С запретом на рекламу и автоматической смертью профильных изданий, с массовым закрытием сайтов и блогов на тему алкоголя в зоне .ru информационное поле резко сузится, и этот осмысленный потребитель начнет исчезать как вид. Одновременно будут закрываться и маленькие винные бутики — у них теперь нет профильных площадок для рекламы и станет меньше понимающего покупателя. Снизятся продажи вин среднего сегмента, качественного виски, рома. Их места на полках супермаркетов займет водка из нижнего ценового сегмента.

Если говорить о схемах легального обхода нового закона, то мы свою уже подготовили и ведем консультации по ее применению со своими рекламодателями. Наш журнал будет выходить в привычном для читателя формате и распространяться в местах продажи алкоголя — дорогих ресторанах, винных бутиках и супермаркетах (как, собственно, и распространялся все последние годы). Что касается Интернета, здесь основных участников рынка ждет либо закрытие, либо тотальная «эмиграция» из зоны .ru всего, что

связано с спиртным, и передача прав на русскоязычный контент зарубежным партнерам, которые в свою очередь будут его размещать и торговать алкогольной рекламой вне российской юрисдикции».

Впрочем, подобная «самодетельность» может вызвать вполне однозначную реакцию контролирующих органов. «Существует достаточно ясный тренд, который власти давно и планомерно проводят в жизнь, — связанный со “здоровьем нации” и со всеми этими замечательными и чудесными историями, — говорит зам гендиректора АКГ “ФинЭкспертиза” по рекламе и PR Ирина Зеленкова. — Постоянное ущемление алкопроизводителей совершенно в русле этого тренда». Г-жа Зеленкова скептически смотрит на возможные перспективы обхода нового законодательства: «Что касается запрета, то даже если предположить какую-то очень-очень нежную и закамуфлированную “джинсу” вместо привычной рекламы (а такие попытки, наверняка, будут), я боюсь, сразу возникнет большое число прецедентов, когда уполномоченные органы будут “грозить пальцем” и хвататься за любой малейший намек на какое-то продвижение продукта».

Пока что нарушение закона «О рекламе» влечет за собой только административную ответственность: гражданам грозит штраф от двух до двух с половиной тысяч рублей; должностным лицам — от четырех до 20 тысяч, а фирмы могут обязать выплатить от 100 до 500 тысяч рублей. Однако, как считает правовой консультант Елена Скатерная, не исключено, что в скором будущем издание, размещающее рекламу спиртного, можно будет закрыть по суду.

Доля алкогольных напитков и пива в рекламных доходах изданий некоторых тематических ниш по данным АЦВИ на основе данных TNS Media Intelligence, I полугодие 2012 г.:

- познавательные — 20,1 %;
- бортовые журналы — 18,3 %;
- мужские журналы — 14,4 %;
- деловые и общественно-политические журналы — 10,2 %;

- гастрономические — 9,3 %;
- туризм и путешествия — 8,9 %;
- автомобильные — 8,7 %;
- путеводители по развлечениям — 6,4 %.

Среди всех этих не очень радостных новостей для специализированной и обычной печати, есть, по крайней мере, в Москве, одно приятное известие — киоски с прессой, которые месяц назад собирались переносить подальше от дорог, станций метро и остановок, решено оставить на месте. Собственно, издатели по этому поводу уже выдохнули. Исполнительный директор ГИПП Марина Давыдова считает, что перенос был бы очень существенным ударом: «В новом проекте среди прочего прописывалось, что торговая точка должна быть не ближе 150 метров от остановки, — замечает она, — а у нас в центре между двумя остановками в некоторых местах расстояние меньше. Притом, что даже у глянца до 50 % тиража реализуется именно через киоски. Слава богу, в Москве есть чиновники, которые достаточно хорошо представляют, что такое СМИ, и не всегда пользуются только чиновничьей логикой, как зачастую бывает в других регионах».

Медиаэксперт Василий Гатов, впрочем, считает, что несостоявшаяся история с киосками не имела бы принципиальной роли. По его словам, их доля в продажах падает уже много лет, и в Москве особенно. Соглашаясь с тем, что бегство рекламодателя из печатной прессы — очень серьезная проблема, он в достаточно жесткой форме обращает внимание на то, как все было сделано: «Печатными СМИ просто подтерлись. В Думе даже не провели слушания, на которых был бы оценен экономический ущерб от таких нововведений. Впрочем, и СМИ хороши — никакой кампании в защиту своей экономики они не смогли организовать, потому что, как обычно, считают возможным договориться втихую», — отметил г-н Гатов.

Sostav.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 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 рассылки:**
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, (985) 229-51-48,
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. (950) 129-45-06,
E-mail: irkt@sibir.su

Улан-Удэ — Тел. (301-2) 44-34-78,
E-mail: uyde@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

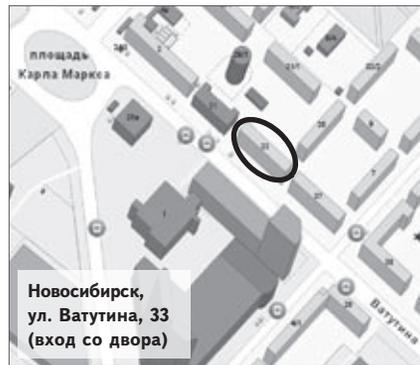
Павлодар —
Тел. (718-2) 54-36-99,
E-mail: presst.pavl@sibir.su

ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ



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



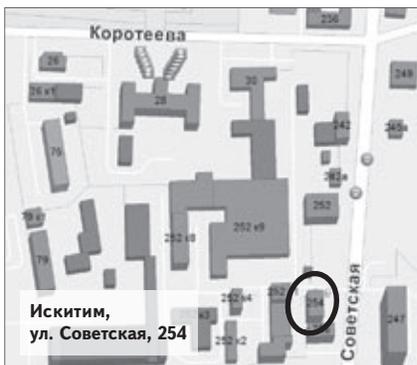
Новосибирск,
ул. Линейная, 29

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



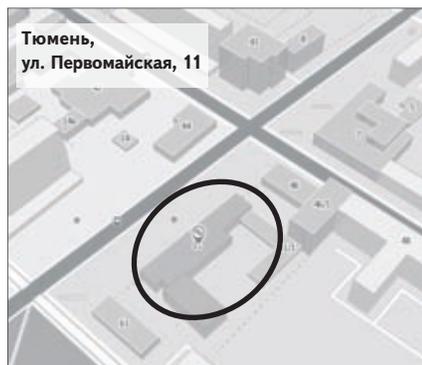
Искитим,
ул. Советская, 254

Время работы магазина: с 7.00 до 16.00.
Тел. (383-43) 2-04-81



Томск,
пер. 1905 года, 6/3

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



Тюмень,
ул. Первомайская, 11

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (3452) 55-23-70



Омск,
пр-т К. Маркса, 45а

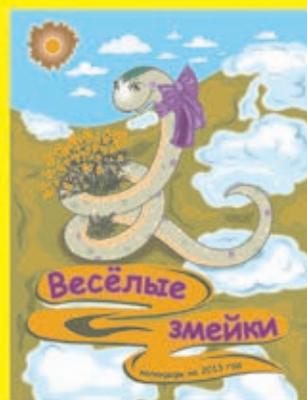
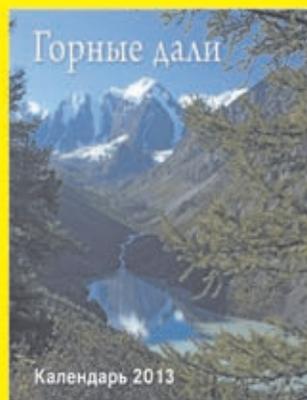
Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (381-2) 91-30-88



Курган,
ул. Кирова, 109, ст. 3

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

Календарная продукция на 2013 год от издательства «Газетный мир»



Заказывайте в АРПИ «Сибирь»

Календари в программе
«Единая цена».

Вы не платите за доставку.

Возврат
100 %

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРШ «СИБИРЬ»!



Контроль
подлинности товара
в торговой точке

**КВОТНАЯ
97 КОП. ЦЕНА**

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!