



ПРЕССА в Сибири

№ 3-4 (540) 4 • 17 февраля 2013 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

Популярное ежемесячное издание для мотоциклистов
теперь в **новом** виде, с **новыми** идеями



Испытания
Новости
Тесты
Обзоры
и многое
другое
в мире
МОТО

Мотоциклетный журнал «МОТОЭКСПЕРТ»

Февральский номер журнала
самый большой журнал про мотоциклы –
160 страниц!

В НОМЕРЕ

СТРАСТИ ВОКРУГ “АНТИТАБАЧНОГО” ЗАКОНОПРОЕКТА

●
НОВОСТИ

страницы 2–3

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1–40

новости отрасли

страницы 4–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8

**ПЕРЕЗАГРУЗКА
СКАНВОРДЫ**
№3 в картинках

**100 СТРАНИЦ
СКАНВОРДОВ!**

Формат А4
Цветность:
обложка 4+4;
внутри 2+2

Заказывайте журнал "Сканворды в картинках"
в "АРПИ "Сибирь" до 11 февраля

ДВУХТОМНИК ПРО ДОШКОЛЬНИКОВ И МЛАДЕНЦЕВ

В продаже
с 26 февраля

www.mamaspapas.ru



mamas & papas

ЭКСПЕРТ ПО ДЕТСТВУ!

 Журнал о детях от рождения до 7 лет

 Постоянная рубрика для беременных



Уважаемые коллеги!

В конце января законодатели решали — быть или не быть табачной продукции в ассортименте киосков по продаже прессы. Мнения разделились — сторонники и противники нашлись по обе стороны.

До и после второго чтения в Государственной Думе «антитабачного» законопроекта этой теме было посвящено много публикаций — главные события предлагаем Вам в нашем обозрении.

Так же в этом номере мы публикуем анализ стоимости периодики за 2012 год, подготовленный экспертной группой АРПП.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

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

О.Н. Поротникова

выпускающий редактор,

дизайн, компьютерная верстка
Т.С. Щедренко

отпечатано в типографии

ЗАО «Медведь Типография»

Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87

Подписано в печать 30.01.2013 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.

*Небосвод грустней и строже,
Кружева метель плетёт.
Только тот, кто вместе с «ЗОЖ»,
И зимой не пропадёт!*

Хожу по беговой дорожке

Сладкая ягодка из детства

Кололи дрова и пекли картошку

Салаты оказались эффективнее лекарств



МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма издания	Наименование	№	↑↓	Опт	База	Розница
ж	Пиковая дама	2013/7	↑	8,70	11,30	23,00
ж	Тайны звезд. Книга памяти	2013/6н	↑	58,35	65,50	85,00
ж	Yoga Journal	2013/июль-авг	↑	155,30	171,80	205,00
ж	Kosmetik-International	2013/1	↑	211,85	234,00	295,00
ж	Maxim	2013/132	↑	79,55	88,40	120,00
ж	Вокруг света	2013/7	↑	95,90	106,50	165,00
ж	Игромания + DVD-Rom	2013/5	↑	233,35	258,70	380,00
ж	Мир фантастики (+ DVD-Rom)	2013/5	↑	235,55	261,00	325,00
ж	Наука в фокусе	2013/3	↑	60,95	67,80	85,00
ж	СПИНИНГ	2013/1	↑	137,15	153,20	215,00
гмба	Телепарк	2013/10	↑	19,05	21,20	26,00
гмба	Свободный курс	2013/10	↑	14,90	16,60	20,00
г	Вкусные хитрости. Рецепты читателей	2013/5	↑	13,45	14,90	18,50
г	Вкусные хитрости. Рецепты читателей. Спецвыпуск	2013/3	↑	10,45	11,60	15,50
г	Возраст и здоровье	2013/5	↑	12,95	14,30	18,50
г	Возраст и здоровье Спецвыпуск	2013/3	↑	13,15	14,60	18,50
г	На даче	2013/5	↑	13,55	15,00	19,00
гм	Теле-Семь (Супермаркеты)	2013/7	↑	11,45	13,10	15,00
гм	Теле-Семь	2013/7	↑	12,15	13,80	16,00

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ

ПРЕКРАЩЕН ВЫПУСК

ИЗДАТЕЛЬСТВО «Вокруг света» с февраля 2013 года прекращает выпуск **журнала «Полдень.XXI век»**. Срок сдачи возвратов №1/2013 — 25.02.2013 г.

ВЫХОД бумажной версии **журнала Upgrade** будет приостановлен, начиная с №4/13. Возвраты №№1, 2, 3 за 2013 год мы будем принимать до 28.02.2013 г.

ПРИОСТАНОВЛЕН ВЫПУСК

В СВЯЗИ с реорганизацией Издательского дома «Верный друг» с 21 января 2013 года производство **газеты «Любимая подружка»** будет приостановлено на два месяца. В связи с этим, выход из печати выпуска газеты № 04(188)'2013 переносится на более поздние сроки. Информация о сроках возобновления производства газеты будет сообщено дополнительно.

ИЗМЕНЕНИЕ ПЕРИОДИЧНОСТИ

С 1 МАРТА 2013 года меняется периодичность выхода **газеты «Бережем глазки»**. Издание будет выходить ЕЖЕНЕДЕЛЬНО.

НАЧИНАЯ с 2013 года **журнал «Железный мир»** будет выходить с периодичностью один раз в месяц. Единожды в год в зимний период, интервал составит раз в два месяца. Всего, таким образом, запланировано к выходу в течение года 11 самостоятельных номеров, из которых один будет сдвоенный по нумерации (№1-2).

ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМАТА

В ЭТОМ году спецвыпуск **журнала «Тайны звёзд» «Книга Памяти»** от издательства Bauer Media выйдет в глянцевом формате (на склейке) с большим количеством страниц.

РЕБРЕНДИНГ



С ЯНВАРЯ редакция еженедельной **газеты «Собеседник»** обновила модель газеты. Введены новые рубрики, значительно изменен дизайн газеты: динамичная верстка, новые шрифты, крупные иллюстрации, — всё это приблизило «Собеседник» к современным стандартам журналистики и полиграфии.



ЖУРНАЛ «Лиза. Гороскоп» меняет внешний вид и объём. Начиная с №3 журнал будет печататься на новой бумаге, на 8 страниц увеличится объём издания. Так же изменится обложка — станет глянцевой.

ГАЗЕТА «Пиковая дама» перешла на журнальную форму издания. Обновлено содержание и оформление.



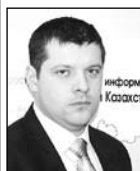
ИЗМЕНЕНИЕ ШТРИХ-КОДА

ИЗМЕНИЛСЯ штрих-код на **издание «Искусство рисования и живописи» №4**. Штрих коды на это издание будут следующими: №1 — 9 785977 404914 00001, №2 — 9 785977 406857 00002, №3 — 9 785977 406833 00003, с №4 — 9 771993 109995 с расширением 00004.

У **ЖУРНАЛА «Русский охотничий журнал»** сменился штрих-код. С 10 декабря 2012 г. «Русскому охотничьему журналу» присвоен номер ISSN: 2306-3130, EAN-13: 9772306313771.

Изменения в составе руководства АРПИ «Сибирь»

Текущим приказом генерального директора АРПИ «Сибирь» на должность коммерческого директора назначен Владислав Эдуардович Гайдецкий.



Владислав Эдуардович 10 лет работал на рынке дистрибуции

продукции. До перехода в АРПИ «Сибирь» занимал руководящие должности в «Восточно-Европейской Дистрибуторской Компании», входящей в холдинг «Росспиртпром», группе компаний «Синергия», Российской Оптовой Системе «ПАВА РОС».

«В списке своих первоочередных задач на посту коммерческого директора я вижу развитие агентства, обеспечение как количественного, так и качественного роста компании. В столь непростые для рынка прессы времена это невозможно без активного взаимодействия со всеми нашими партнёрами. Клиенты и издатели всегда могут обращаться лично ко мне для решения любых возникающих текущих вопросов», — говорит Владислав Гайдецкий.

**Пресс-служба
АРПИ «Сибирь»**

ОБНОВЛЕНИЯ

Прайс-листы АРПИ «Сибирь» становятся ещё удобнее

На протяжении многих лет одновременно с ростом АРПИ «Сибирь» видоизменялся и прайс-лист, дополнялся новой информацией и изданиями. Текущая структура прайса отражает форму издания, его стоимость, условия по ремиссии и другие характеристики.

В связи с ростом числа городов, в которых АРПИ «Сибирь» предлагает своим клиентам региональные издания возникла необходимость в изменении прайс-листа. Для повышения удобства работы в графу «форма издания» внесены изменения. В ближайшее время прайс-лист АРПИ «Сибирь» станет интуитивно понятнее и проще в использовании.

Для традиционной прессы отныне будут использоваться только два обозначения — газеты (г) и журналы (ж). Полностью исчезнет из прайс-листа обозначение «б» в значении «брошюра» — этот вид печатной

продукции переведён в разделы газет и журналов, что соответствует форме регистрации данных изданий.

Для региональной прессы взамен привычных буквенных сокращений будет использоваться полное написание города или области. У клиентов АРПИ «Сибирь» появится возможность отслеживать в нашем предложении издания не только своего города, но и региона в целом.

Изменения произойдут по следующему алгоритму — первая буква отражает форму издания, будь то газета или журнал, а далее указывается принадлежность к городу, или области. Так, вместо сокращения ГМБА, которое расшифровывается как «газета местная Барнаул», будет использоваться маркировка — г Барнаул, а традиционное ГМ изменится на — г Новосибирск.

Уверены, такой формат получения информации будет удобен при работе с заказами.

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

ОСТРАЯ ТЕМА

Табак: закрыли окно, открыли дверь

В этом номере журнала «Пресса в «Сибири» мы представляем вам тематическое обозрение «Антитабачный» законопроект по публикациям Интернет-журнала PlanetaSML.ru, Интернет-портала «ЖурДом.ру», электронного издания Vedomosti.ru, сайта телеканала «РБК».

В конце января поменялась основная тема обсуждений на рынке распространения периодической печати. Если в преддверии Нового года и после праздников сообщество волновала судьба киосков прессы, у которых во многих областях буквально выбивают землю из-под ног, то в конце месяца основной заботой распространителей стал ассортимент выживших киосков.

Смена темы связана со вторым чтением в Государственной Думе законопроекта «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

Антитабачный законопроект был принят в первом чтении Госдумой 14 декабря 2012 года. Документ предполагает, в частности, запрет на продажу сигарет в

ларьках. Согласно законопроекту меры, ограничивающие потребление сигарет, будут вводиться поэтапно: ряд мер вступит в силу с момента принятия законопроекта, другие будут введены с 1 июля 2014 года и с 1 января 2015 года.

Накануне второго чтения законопроекта, 22 января, в Центральном Доме журналиста, состоялась пресс-конференция, посвященная «антитабачному» законопроекту, в которой приняли участие председатель Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной Думы РФ Алексей Митрофанов, председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов, секретарь Союза журналистов России Александр Копейка и председатель правления Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП) Александр Оськин.

Продолжение на стр. 4.

Табак: закрыли окно, открыли дверь

СОГЛАСНО

представленным 22 января на конференции в Доме журналистка данным, на кону ни много ни мало, а 2,7 трлн. руб. Именно за эти деньги и ведется сегодня борьба за табак крупного ритейла с мелкой розницей. (*«Планета СМИ»*)



ПО СЛОВАМ

председателя правления АРПП, газетные киоски со своей стороны готовы пойти на уступки. В случае, если продажи сигарет в них будет решено сохранить, табачные изделия не будут находиться в прямой выкладке на витринах. Потенциальным покупателям будет доступен лишь напечатанный ассортиментный перечень, с указанием названия сигарет и цены на них. (*«Планета СМИ»*)



В ИТАЛИИ наравне с периодическими изданиями и другими социально важными товарами киоски с прессой обладают эксклюзивным правом на продажу табака. (*ЖурДом.ру*)

Начало на стр. 3.

Организаторы пресс-конференции обратились к депутатам Государственной Думы с просьбой поддержать поправки к «антитабачному» законопроекту, разрешающие продажу сигарет в киосках прессы. Присутствующим представили перечень поправок к законопроекту, пояснив, что эти поправки были инициированы к рассмотрению в первом чтении, однако частично отклонены. На сайте интернет-журнала PlanetaSML.ru представлена таблица поправок. Автор вносимых поправок Татьяна Москалькова делает акцент на добавление в статью о розничной торговле табачной продукцией «нестационарных торговых объектов, осуществляющих торговлю в основном периодической печатной продукцией».

«Пресса, безусловно, является социально значимым товаром, обеспечивающим одно из основных конституционных прав граждан на получение информации, — приводят слова Всеволода Богданова журналисты интернет-портала «ЖурДом». — В ситуации падения спроса на печатные СМИ продажа такого трафикообразующего товара, как табак может поднять тиражи печатной продукции и привлечь новых постоянных покупателей».

По мнению организаторов пресс-конференции, суть проблемы заключается в том, что внесённые на первом чтении поправки не решили ситуацию с торговлей табачными изделиями через киоски прессы, а только усугубили её. Принятые поправки разрешили торговлю табачной продукцией не только в крупной сетевой рознице, но и в небольших магазинчиках и павильонах в случае соответствия торговой площади установленным законодательством нормам — при соблюдении главного требования: покупатель должен зайти через дверь, а не обратиться «через окошечко». По задумке законодателей, такая мера позволит продавцу точнее определять возраст курильщика при принятии решения о продаже ему табака.

Во втором чтении законопроекта была внесена поправка, полностью исключающая норму о площади магазина — торговать сигаретами могут магазины

и павильоны (отвечающие требованиям ст. 346.27 Налогового кодекса), имеющие торговый зал. А в населенных пунктах, где магазинов и павильонов нет, разрешается торговля табаком в других торговых объектах (либо развозная). «С учетом того, что у нас действительно много населенных пунктов, где нет магазинов с указанной площадью, с учетом настойчивых обращений малого бизнеса, мы пришли к такой редакции:

разрешение на продажу сигарет будет дано всем магазинам вне зависимости от площади торгового зала», — цитирует «РИА Новости» зампред думского комитета по охране здоровья Николая Герасименко. Если в киоске смогут переделать его в павильон



— торговать можно будет и там. «Запрет только один: нельзя продавать сигареты «через окошко» и нельзя выставлять сигареты за стеклянными витринами. Сигареты будут продаваться только по прејскуранту», — говорит депутат. Причем если раньше предполагалось, что эти ограничения для розницы вступят в силу сразу после опубликования закона, то теперь предусмотрен переходный период — до 1 июня 2014 г.

Переоборудование киоска дело непростое, особенно для распространителей прессы — требуется более 30 согласований и около 800 000 рублей.

Журналистка интернет-журнала PlanetaSML.ru в отчете о прошедшей в Доме журналиста пресс-конференции приводит слова Александра Оськина о том что, «несмотря на невысокую доходную ценность (порядка 10% от общего объема), привлекаемый табак в киоски прессы трафик позволял поддерживать уровень продаж газет и журналов. По прогнозам АРПП, в случае выведения сигарет из ассортимента, объемы реализованной печатной продукции упадут на 20-30%. По его словам, средний уровень рентабельности киосков прессы составляет смешные 1-2%. Именно поэтому табак для них является жизненно важным товаром, способным поддержать всю систему реализации печати. «Которая, к слову сказать, ежегодно продает около 1 млрд экземпляров газет, журналов и книг по всей России!», — привел председатель правления АРПП еще одну цифру».

Объем розничного рынка печатных СМИ в стоимостном выражении, несмотря на отрицательную динамику реализованных тиражей, остается стабильным с 2009 года. Потери от снижения тиражей компенсируются ростом цен на печатную продукцию.

Рост цен на периодику в России в 2012 году побил рекорды предыдущих двух лет

Согласно данным мониторинга розничных цен на прессу, за 2010 и 2011 год рост цен на печатные СМИ составил в совокупности 23%. В 2012 году тенденция подорожания периодики не просто продолжилась, но и усилилась.

Как свидетельствуют последние уточненные данные Росстата, инфляция в стране за прошедший год не вышла за рамки прогнозов и составила 6,6%. Однако цены на прессу значительно отклонились от общего тренда и существенно выросли. За 2012 год розничные цены на периодическую печатную продукцию повысились на 12%.

Следует отметить, что данное подорожание не было равномерным. В первом полугодии распространители прессы прилагали все усилия для стабилизации розничных цен на рынке, не полностью транслируя потребителям имевшее место издательское повышение. Например, цены на женские и мужские гляцевые журналы, деловую прессу и патворки корректировались в среднем только на уровень инфляционных ожиданий. Тем не менее, только

за период с января по июнь пресса подорожала в среднем на 6%.

3-ий квартал стал драйвером роста. За любимое издание читатель в октябре должен был заплатить почти на 5% больше, чем в начале июля. Таким образом, уже осенью 2012 года рост цен на периодику превысил показатели последних двух лет и составил более 11%.

Результаты анализа стоимости периодики в точках продаж за четвертый квартал оказались несколько неожиданными. Несмотря на то, что эксперты прогнозировали дальнейший значительный рост цен на прессу, к концу 2012 года цены стабилизировались, а в некоторых форматах продаж даже снизились. В среднем по рынку периодика подорожала не более чем на 1%. Связано это, в первую очередь, было с тем, что издатели, которые до этого ежеквартально пересматривали цены в сторону увеличения, в октябре-декабре действовали по-разному. Некоторые из них продолжили повышать отпускные цены, а некоторые, стараясь сделать свою продукцию доступнее для покупате-

лей, понизили стоимость большинства собственных изданий. Такие разнонаправленные изменения и привели к тому, что в целом рынок не значительно превысил уровень цен прошлого квартала.

Наиболее заметным оказалось снижение цен на патворки, которые до этого момента непрерывно дорожали. Постоянный выход новых коллекций, а также снижение интереса к «затянувшимся» изданиям привели к насыщению рынка и необходимости стимулировать покупателя. Сделано это было, в том числе, и за счет уменьшения цен в среднем на 9%. В частности, в некоторых точках продаж подешевели такие патворки, как «Монеты и банкноты» и «Автолегенды».

Многие распространители снизили цены на ежедневные газеты, новостные издания и телегиды. Данное изменение оценивается примерно в 5%. Деловая пресса также стала доступнее, подешевев в среднем на 2%. Немного уменьшить свои траты на прессу смогли покупатели «Огонька», «Теленедели», «Сноба», «Итогов» и некоторых других изданий. Незначительно подорожали такие печатные СМИ как «Мир новостей», «Новая газета», «Антенна А4-Телесемь», «Семь дней», «New Times», «Компания» и «Секрет фирмы».

На уровне октября остался ценник на гляцевых и автомобильных изданиях. Всего лишь несколько журналов выбились из общего ряда: это «Мото» и «Тюнинг автомобилей», ставшие немного дороже, а также некоторые женские издания. Например, читательницам «Beauty» и «Лиза.Отдохни!» пришлось увеличить свои расходы на покупку этих журналов на 5-15%.

Динамика розничных цен на печатные СМИ в различных форматах, в %

Тип формата	Рост розничных цен за 4 кв. 2012 года	Рост розничных цен за 2012 год
Киоски и павильоны	1%	5%
Неспециализированные объекты (продуктовый ритейл)	-1%	24%
Нестационарная розница (лотки, «ручник»)	3%	11%
Минимаркеты прессы	2%	8%
В среднем по рынку	1%	12%

Источник: данные мониторинга розничных цен
ЗАО «Консалт-Центр»

Продолжение на стр. 6.

Рост цен на периодику в России в 2012 году побил рекорды предыдущих двух лет

Начало на стр. 5.

Однако в большей степени в 4-ом квартале 2012 года выросли цены на развлекательную прессу и издания о звездах. В среднем их стоимость увеличилась на 9%. Значительно подорожали «Speed инфо» и «Экспресс-газета», чуть меньше — «StarHit» и «Только звезды».

Если сравнивать интенсивность роста цен в различных сегментах рынка распространения прессы, то в течение года цены на периодику быстрее всего росли в неспециализированных объектах прессы (продуктовый ритейл) и нестационарной рознице. Так, при среднем росте цен на рынке в 12%, пресса в супермаркетах подорожала более чем на 20%. Наибольшее повышение цен на печатные СМИ в продуктовом ритейле, как и в целом по рынку, пришлось на 3-ий квартал 2012 года. В то же время, киоски и павильоны прессы в течение года старались не транслировать рост издательских цен конечному потребителю. Им даже удалось закончить год с показателем инфляции в 5%, что ниже, чем в среднем по России.

В 2013 году, по прогнозам экспертов, распространители прессы не смогут больше сдерживать рост розничных цен, навязываемый издателями, которые продолжают повышать отпускные цены.

В первую очередь скажется на рынке вступивший в силу с 1 января 2013 года запрет на рекламу алкоголя в газетах и журналах. Напомним, что соответствующая поправка к закону «О рекламе» была принята в июле 2012 года, когда печатным СМИ дали отсрочку в полгода, чтобы они смогли выполнить уже заключенные договоры с производителями и продавцами алкогольной продукции.

Велика и вероятность того, что в ближайшее время российские власти под предлогом борьбы с курением могут ограничить и рекламу табачных изделий, а также лекарственных средств и БАД. Издательские дома, которые в большей степени зависят от рекламного бюджета, уже потеряли его значительную часть и, вероятно, постараются компенсировать ее с помощью увеличения цен.

К тому же сокращение рекламных сборов вынуждает российских издателей по примеру зарубежных коллег переходить от рекламоцентричной модели своего бизнеса к продажецентричной. То есть в ближайшей перспективе все больше будет делаться упор на доходность от продаж изданий по подписке и в розницу.

Остается неразрешенным и вопрос с ввозными пошлинами на мелованную бумагу. Рост издательских цен может повлечь за собой ожидаемое в феврале этого года повышение пошлин на некоторые виды бумаги.

Несмотря на все эти предпосылки, не стоит забывать о том, что в условиях ежегодно сужающегося спроса значительное увеличение розничных цен на периодику приведет лишь к дальнейшему снижению расходов населения на покупку печатных изданий и падению продаваемых тиражей. Поэтому есть все основания полагать, что рост розничных цен на прессу в 2013 году не превысит 10%.

Экспертная группа АРПП

В конце 2012 года мужские журналы немного подешевели

Хотя мужские информационно-развлекательные журналы составляют лишь около 1% от всех тематических групп периодических печатных изданий по проданным тиражам, они, несомненно, являются значимым сегментом рынка прессы.

К тому же, за последние 3 года интерес мужчин к российским журналам мировых брендов не угасает, а на фоне общего годового 12-ти процентного роста цен на периодику, цены на мужской глянец за 2012 год увеличились лишь на 6%. Причем, драйвером роста стали супермаркеты, где периодические издания для муж-

чин подорожали за год на 20%.

Изменение стоимости изданий данной тематической группы с января по сентябрь не отклонялось от общего тренда: умеренный рост в первом полугодии и значительное подорожание в 3-ем квартале. Однако за три последних месяца мужские журналы стали одной из немногих групп, цены на которые снизились. В среднем они уменьшились на 5%.

Важно отметить, что изменение розничных цен за анализируемый период варьируется в точках продаж прессы в зависимости от формата торговых объектов. Например, в супермаркетах ценник ни на одном из вошедших в выборку мониторинга изданий не поменялся. И лишь в нескольких минимаркетах прессы такие издания как

Esquier и Men's Health (mini) можно было купить на 5-6% дешевле, чем в прошлом квартале. Зато на большинство гляцевых мужских журналов в некоторых киосковых сетях цена уменьшилась. Например, GQ, Men's Health, Maxim и Playboy стали стоить на 8-9% дешевле.

Проведенный специалистами мониторинг розничных цен также показал, что на начало 2013 года мужские гляцевые журналы выгодней приобретать в киосках прессы — в них цены в среднем на 10% ниже, чем в супермаркетах, и на 7% — чем в специализированных минимаркетах прессы.

*Экспертная группа
ЗАО «Консалт-центр»*

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 — Гайдецкий Владислав Эдуардович

Просим клиентов обращаться по вопросам:

— **координации работы коммерческого отдела** к Гайдецкому Владиславу Эдуардовичу (коммерческий директор) v.gaydetsky@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», отражения и оформления 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), Щедренко Тамаре Сергеевне (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,
(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

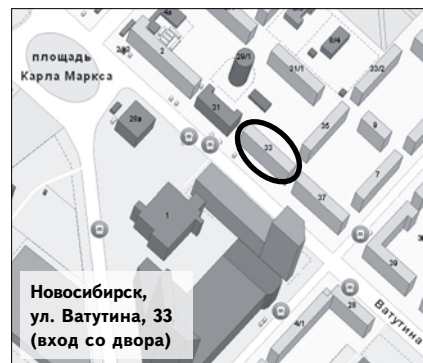
- Алматы** — Тел. (727-2) 50-34-25;
E-mail: presst.dir@sibir.su
- Петропавловск** —
Тел. (715-2) 36-49-36;
E-mail: presst.petr@sibir.su
- Павлодар** —
Тел. (718-2) 54-36-99;
E-mail: presst.pavl@sibir.su

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



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



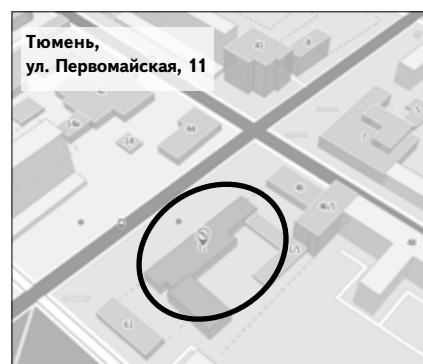
Омск,
пр-т К. Маркса, 45а

Время работы магазина: с 7:00 до 17:00.
Тел. (381-2) 91-30-88



Курган,
ул. Кирова, 109, стр. 3

Время работы магазина: с 7:00 до 17:00.
E-mail: fram-kurgan@arpi-sibir.ru



Тюмень,
ул. Первомайская, 11

Время работы магазина: с 7:00 до 17:00.
Тел. (3452) 55-23-70

COSMOPOLITAN

COSMOPOLITAN в апреле – номер-перевертыш.

Оборотная сторона – супер-секция **BODY!**

Готовим тело к лету и все о фитнес-путешествиях.

Специальное вложение в этом номере – **яркие стильные бирки для путешествий**. Читательницам предлагается собрать всю коллекцию из разных цветов.

К апрельскому номеру приурочена весенняя рекламная кампания журнала.

Рекламные ролики можно увидеть на телеканалах ТНТ, «МУЗ-ТВ», А-One, TLC, в сети кинотеатров "Формула кино"

и услышать на ведущих радиостанциях Love Radio, Energy, "Европа Плюс" и «Шоколад».

Номер в продаже с 19 марта.



Diana КРЕАТИВ

специальный выпуск

**САЛФЕТКИ.
ВЯЖЕМ
КРЮЧКОМ**

Исторически известно, что вязание крючком долгое время было исконно мужским занятием, право на которое сильный пол даже отстаивал у женщин. Ничего удивительного, ведь это интереснейшее дело, покоряющее всех и каждого красотой результата.

В спецвыпуске журнала «Диана Креатив» №1 – «Салфетки. Вяжем крючком» идей и мотивов для увлекательного рукоделия хватит всем! Так что вы легко сможете поделиться увлечением со своей второй половинкой. Во всём своём совершенстве техника вязания крючком раскрывается именно в традиционном вязании салфеток. Восхитительные узоры, снежинки, подсолнухи, а также воздушные занавески и пёстрые дорожки, изумительные подушки, декоративные украшения для окна и необычные панно – всё это связано волшебным крючком! У вас

наверняка уже горят ладошки? Что ж, стоит лишь захотеть воплотить свою ажурную мечту в жизнь, а инструкции вы найдёте внутри спецвыпуска «Диана Креатив» – «Салфетки. Вяжем крючком».



**В продаже
с 4 марта**

Все, что нужно знать о яхтах
и морских путешествиях

MOTORBOAT & YACHTING

РУССКОЕ ИЗДАНИЕ

