ПРЕССА в Сибири

№ 23-24 (560) 7 • 20 октября 2013 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

В НОМЕРЕ

КАК БУДУТ РЕАЛИЗОВЫВАТЬСЯ РЕКОМЕНДАЦИИ МИНКОМСВЯЗИ РОССИИ

новости изданий
страницы 3

прайс, графики заказа и возврата на неделю
вкладка 1–40

новости отрасли
страницы 3–6

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

Лучшие газеты для всей страны!
Всё полноцвет! Всё глянец!

Вы не платите за доставку!

18 лет с вами!

Программа «Единая Цена»!

14,20 оптовая цена

Периодичность: **1 раз в 2 недели** Формат: **А4, 32 полосы**
Вес 1 экз.: **0,043 кг** Стандарт пачки: **50 экз.**

12,65 оптовая цена

Периодичность: **1 раз в месяц** Формат: **А3, 16 полос**
Вес 1 экз.: **0,044 кг** Стандарт пачки: **100 экз.**

17,95 оптовая цена

Периодичность: **1 раз в месяц** Формат: **А5+, 48 полос**
Вес 1 экз.: **0,043 кг** Стандарт пачки: **50 экз.**

14,20 оптовая цена

Периодичность: **1 раз в 2 месяца** Формат: **А5, 48 полос**
Вес 1 экз.: **0,035 кг** Стандарт пачки: **50 экз.**

Нам с вами по пути. Попутчик медиа

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

№ 23—24 (560) 7 — 20 октября 2013 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
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 **02.10.2013 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.

Уважаемые коллеги!

Перед вами семинарский выпуск журнала «Пресса в «Сибири». В этом номере мы продолжаем разговор о Приказе Министерства связи и массовых коммуникаций РФ.

Рекомендации Министерства активно обсуждают во всех регионах России. Предлагаем вам выступление Дмитрия Мартынова, президента АРПП и Сергея Гаврилова, члена правления АРПП, первого вице-президента НП НСРП «Союзпечать».

Эта тема будет продолжена и на XXV юбилейном семинаре АРПИ «Сибирь», который пройдёт 10—11 октября в курорт-отеле «Сосновка».

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

«ЗОЖ», пожалуй, единственное издание, от которого легче жить. Он подобен хорошему врачу: если болен, растерян — даст совет, одинокого человека познакомит с хорошими людьми, успокоит, поднимет настроение.

Про лопух и берёзу

Фитнес для пенсионеров

В союзе с целебными растениями

Мягким средством по острой проблеме

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма издания	Наименование	№	↑↓	Опт	База	Розница
г	Оракул Прогнозы, предсказания	2013/2014	↑	22,15	24,30	36,00
г	Тайны XX века.Невыдуманные истории	2013/2	↓	15,45	17,10	20,00
г Москва	Теленеделя Для Всей Семьи. Москва	2013/40	↑	26,15	27,40	37,00
ж	777 Английский кроссворд	2013/4	↑	18,55	20,60	28,00
ж	Harper's Bazaar.Спецвыпуск	2013/бн	↑	141,30	155,70	210,00
ж	Total FootBall	2013/11	↑	188,85	209,80	280,00
ж	Забавные Смурфики + наклейки	2013/11	↓	73,75	82,00	105,00
ж	Коллекция Караван историй	2013/11	↑	44,80	49,00	85,00
ж	Охота	2013/12	↑	75,30	83,50	115,00
ж	Петрович	2013/1	↑	41,20	45,80	75,00
ж	Рыбалка на Руси + DVD	2013/12	↑	84,20	90,90	150,00
ж	Свой Бизнес	2013/11	↑	377,85	419,10	560,00
ж	Тюнинг автомобилей	2013/11	↑	237,85	263,10	350,00
ж	Хакер (+ DVD-Rom)	2013/11	↑	266,45	295,60	395,00
прт	Соберите танк ТИГР	2013/110	↑	210,45	233,80	285,00

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ

ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМАТА

У ЖУРНАЛА «Тайны XX века. Невыдуманные истории» меняется формат. Начиная с №2 журнал будет выходить в формате А4. Также меняется периодичность на 1 раз в месяц.

ГАЗЕТА «Твой доктор» Издательского дома «Пилот Плюс» начиная с № 41 будет выходить в новом формате. Содержание издания не меняется.

Технические характеристики:
Формат – А4
Объем – 32 страницы

ПРОДЛЕНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

КОЛЛЕКЦИОННОЕ издание «Наполеоновские войны» Издательства «Иглмосс» продляется до 90 выпусков.

ПРЕКРАЩЁН ВЫПУСК

ПРЕКРАЩЁН выпуск **журнала «Лучшие идеи вашего сада»** начиная с № 6. Последним выпуском журнала был № 5.

РЕБРЕНДИНГ

ЖУРНАЛ «Записки шеф-повара» от ИД «Город Медиа» выходит в новом дизайне.

Кулинарный журнал для всей семьи. В рубрике «Мастер класс от юного шеф-повара» готовят дети! В каждом номере более 70 вкуснейших рецептов.

Технические характеристики:
Формат – А4
Объем – 52 страницы
Обложка полноцвет, мелованная бумага 115 г
Внутри – полноцвет, легкомелованная 51 г
Периодичность – 1 раз в месяц

ЖУРНАЛ «Сканворды на кухне» выходит в новом формате!

Кардинально изменён стиль и наполнение. Еще больше интересных рубрик, оригинальных рецептов, замечательных кулинарных идей, советов и, конечно же, сканвордов.

Технические характеристики:
Объём – 36 полноцветных страниц
Формат – А4
Обложка – глянцевая
Срок реализации – 2 недели

ОСТРАЯ ТЕМА

Распространители и издатели Новосибирска обсудили с местной властью Приказ Министерства связи РФ

В новосибирском пресс-центре «Комсомольской правды» обсудили Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций РФ «Об утверждении рекомендаций по поддержке и развитию системы розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции в субъектах РФ».

В работе Круглого стола приняли участие чиновники, распространители и издатели Новосибирска. Общественные объединения, инициировавшие принятие Приказа, представил Сергей Гаврилов, член правления АРПП и первый вице-президент НП НСРП «Союзпечать».

Приказ вызвал противоречивую реакцию у участников рынка периодической печати. Соблюдение некоторых пунктов явно облегчит жизнь киосковой розницы. Воодушевление внёс пункт 17, в котором оговаривается срок действия разрешительной документации для установки киоска — не менее 5-ти лет. Норматив количества киосков на душу населения может стать спасательным кругом в тех городах, где местные чиновники активно ликвидируют киоски. Рекомендация не взимать плату за использование опор городского наружного освещения так же обрадовала киосковые сети ряда городов. В тоже время в Приказ включены пункты, которые могут сыграть на руку местному чиновничьему произволу. Например, единое стилистическое решение киосков. Но самый губительный пункт — состав ассортимента: не менее 60% на печатную продукцию и не более 40% на сопутствующую продукцию.

Сергей Гаврилов внёс определённую ясность в содержание документа, разъяснив особенности его рассмотрения, и рассказав о различиях между вносимыми предложениями и конечным текстом: «Я имел отношение к разработке этого документа, потому что инициаторами были те самые общественные организации, которые я имею честь представлять — АРПП и НП НСРП «Союзпечать». Нами был разработан рамочный документ, в который вносили предложения и пожелания распространители из всех регионов России. Вся проблема в том, что из конечного документа они благополучным образом стали исчезать. В рекомендациях не было даже упоминания о 60% периодики в ассортименте киоска. Не было ни одного слова о едином стилистическом решении — ведь понятно, что перестроить всю киосковую сеть по стране в едином стандарте невозможно. Поэтому документ, который родился, он, по большому счёту, стал неожиданностью. Отраслевые общественные организации не приглашали на слушания — нас выслушали на начальной стадии, сказали: «Да, хорошо», а потом уже представили свой готовый документ. К большому сожалению, влиять на федеральные министерства крайне тяжело, и остаётся загадкой кто готовил документ.

Но, как бы то ни было, Приказ

Продолжение на стр. 4

ПРИКАЗ МИНИСТРА СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РФ

«Об утверждении рекомендаций по поддержке и развитию системы розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции в субъектах Российской Федерации»

Рекомендации по поддержке и развитию системы розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции в субъектах Российской Федерации

I. Общие положения

1. Рекомендации по поддержке и развитию системы розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции в субъектах Российской Федерации (далее — Рекомендации) подготовлены по итогам обсуждений, прошедших в Министерстве связи и массовых коммуникаций Российской Федерации с участием представителей отраслевых общественных организаций, ведущих издательских домов, распространителей периодических печатных изданий и печатной продукции, с учетом имеющегося опыта различных регионов в целях сохранения и развития системы информационного обеспечения населения, гарантирующей конституционные права граждан

Продолжение на стр. 4

Начало на стр. 3

ПРИКАЗ

на свободный доступ к информации, а также улучшения инфраструктурной обеспеченности населения торговыми объектами розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции.

2. Рекомендации распространяются на деятельность всех предприятий розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции вне зависимости от их форм собственности.

3. Рекомендации могут быть использованы в том числе в качестве показателей социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

II. Объекты розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией

4. Учитывая, что распространение периодических печатных изданий и иной печатной продукции является одной из форм реализации конституционного права граждан на получение информации, инструментом формирования единого информационного пространства, количество объектов розничной торговли периодическими печатными изданиями и печатной продукцией (далее — киоски прессы) рекомендуется рассчитывать отдельно для каждого города (населенного пункта) из расчета: не менее 1 (одного) киоска прессы на 1500 человек в городе; не менее 1 (одного) киоска прессы на 2500 человек в районах области; не менее 1 (одного) киоска прессы на 4000 человек в населенных пунктах с населением менее 50 000 человек.

5. Площадь киоска прессы может достигать от 9 м^2 до 18 м^2 в зависимости от городских (местных) условий, спроса населения и экономической целесообразности.

Рекомендуемая оптимальная площадь киоска прессы — до 12 м^2, площадь павильона прессы может составлять до 50 м^2.

6. Вне зависимости от принадлежности киоски прессы, расположенные на территории одного города (населенного пункта), рекомендуется выполнять в едином стилистическом решении.

7. Рекомендуется, чтобы ассортимент киоска прессы состоял из не менее 60% печатной продукции, включая периодические печатные издания. Рекомендуется, чтобы доля иной продукции согласно ассортиментному перечню, утвержденному органом исполнительной власти субъекта Российской Федера-

Продолжение на стр. 5

Начало на стр. 3

принят. А дальше возникает вопрос, — к каким из рекомендаций власти на местах прислушаются? Могу сказать, что Новосибирск в отношении власти к киоскам прессы один из цивилизованных городов в России. У нас исторически хорошая насыщенность прессой. Но есть регионы, где всё не так хорошо. С одной стороны хочется получить чёткий стандарт для всей страны, с другой стороны понятно, что стандарты не всегда применимы. И по большому счёту такие рекомендации становятся поводом выйти на власть и поговорить о существовании в конкретном городе проблем, оговоренных в документе. Если у нас в Новосибирске нет проблем с ценой за опоры линии электропередач, то в Санкт-Петербурге это просто бич, который закрывает киоски. Если у нас разумный подход к уборке территории, то в Новокузнецке это огромная проблема. В регионах, где чиновники говорят, что городу не нужно столько киосков, как происходит, например, в Чебоксарах, рекомендации в виде нормативов помогут коллегам хоть как-то аргументировать свою позицию перед властями».

Мнение местной власти относительно Приказа Министерства связи представил Сергей Нешумов, начальник Департамента информационной политики мэрии г. Новосибирска: «Проблема распространения периодической печати глобальна сама по себе. Одна из задач власти — доносить информацию о своей деятельности до населения, сделать её доступной, а сам канал распространения эффективнее. Насколько система распространения прессы через киосковые сети конкурентно способна и может выжить в современных условиях торговли? Характерно, что Министерство связи, выпуская Приказ, ничего кроме рекомендаций не может дать, потому что затрагиваются те сферы, которые оно не регулирует — от дорожного движения до снабжения электричеством. Приказ может быть рассмотрен действительно лишь как повод поднимать конкретные проблемы, договариваться. Сейчас киоски прессы попадают в конкурентную среду и под действие всех нормативных актов, так же как и другие магазины. Отделить киоски прессы от других, кроме как сократив ассортимент, не возможно, о чём Министерство и пишет. С другой стороны очевидно, что в современных условиях торговля только печатной продукцией ухудшит положение для отрасли многократно. Как выйти из этого положения? Тут уже необходимо понять, какие экономические субъекты должны быть в этом задействованы. Либо это субсидии, либо какие-то другие формы. Необходимо понять, как этот рынок можно вычленить. И тут уже, по-моему, решение должно быть не на уровне министерства, а на уровне первых лиц страны, чтобы были заданы какие-то правила игры, которые можно реализовать в любом муниципалитете».

Присутствие на Круглом столе начальника Департамента информационной политики мэрии г. Новосибирска Сергея Нешумова и начальника отдела подготовки земельных участков к торгам и информационно-аналитического обеспечения мэрии Новосибирска Александра Бжелеченко позволило сразу на месте определиться в дальнейших шагах по улучшению состояния на рынке киосковой торговли периодикой.

Как пояснили представители местной власти, на основании Приказа достаточно внести изменения в решение № 403 Городского Совета депутатов, которое устанавливает срок действия разрешительной документации. Для того, чтобы эти изменения были внесены нужна любая совместная инициатива от распространителей и издателей, направленная в мэрию Новосибирска. Это и стало главным итогом Круглого стола.

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

Начало на стр. 4

ПРИКАЗ

ции, (в том числе канцелярских товаров, предметов мелкой галантереи, канцелярских принадлежностей, детских игрушек и сувенирной продукции) составляла не более 40%.

8. Киоск прессы может быть использован для предоставления рекламных услуг. Рекламные конструкции и рекламные объявления рекомендуется располагать на киоске прессы, не загораживая при этом их витрину, согласно правилам размещения рекламы, утвержденным органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

9. В непосредственной близости от киоска прессы возможна установка холодильного оборудования для реализации населению напитков и мороженого.

10. При установлении контрольно-кассовой техники в киосках прессы могут оказываться платные услуги населению, такие как прием коммунальных и других видов электронных платежей, оформление и выдача интернет-заказов и т.п.

III. Размещение объектов розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией

11. Рекомендуется равномерное размещение киосков прессы в зоне жилой застройки, обеспечивающее шаговую доступность до объекта для большинства жителей района.

12. В районах жилой застройки киоски прессы рекомендуется размещать в непосредственной близости к торговым центрам, рынкам, административным зданиям, поликлиникам, культурно-досуговым центрам, на центральных улицах и площадях района.

13. В связи с тем, что спрос на периодические печатные издания является импульсивным, рекомендуется располагать киоски прессы помимо зон жилой застройки в местах с высоким пассажиропотоком: рядом с остановками общественного транспорта, на территории метрополитена, железнодорожных вокзалов и станций, вблизи станций метрополитена и транспортных узлов, в пешеходных зонах.

14. В зоне транспортных узлов (станций метрополитена, железнодорожных станций, вокзалов и т.п.) киоски прессы рекомендуется размещать в прямой видимости от выхода транспортного узла в направлении движения крупных пассажиропотоков.

IV. Предоставление объектов розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией

15. Рекомендуется проводить открытые конкурсы или аукционы по выделенным местам для киосков прессы только под специализацию «печати» прежде всего среди предприятий, занимающихся данным видом деятельности. Под другие виды деятельности данные места рекомендуется отдавать только в случае отказа от них участников такого конкурса (аукциона).

16. Рекомендуется устанавливать льготные ставки на аренду киосков прессы, предусматривающие следующий ценовой диапазон:

– не выше 30 рублей за м^2 в месяц — в городах с населением 1 млн человек и выше;

– не выше 20 рублей за м^2 в месяц — в городах с населением от 100 тысяч человек до 1 млн человек;

– не выше 5 рублей за м^2 в месяц — в городах с населением до 100 тысяч человек и сельской местности.

17. Рекомендуется, чтобы срок разрешительной документации для установки киоска прессы составлял не менее 5 (пяти) лет с правом автоматической пролонгации в случае отсутствия претензий, нарушений.

При пролонгации договора аренды на действующий объект розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией рекомендуется не проводить повторное согласование по переоформлению мест.

При заключении договора аренды рекомендуется оговаривать случаи расторжения договора аренды по независящим от арендатора причинам (изменение градостроительной ситуации, дорожно-транспортные работы, прокладка коммуникаций и прочее). В таких случаях рекомендуется предоставлять компенсационные равноценные места.

18. Рекомендуемый срок подключения новых киосков прессы к электросетям — не более 1 (одного) месяца.

19. Рекомендуется не взимать плату за использование опор городского наружного освещения.

20. Согласование места размещения киосков прессы с сетями водо-, газоснабжения и экологическими службами рекомендуется осуществлять муниципалитету в течение месяца.

21. Рекомендуется установить параметры территории благоустройства киоска прессы, в том числе обеспечение уборки территории, включая вывоз мусора, в размере 2 (двух) метров от каждой его стороны за исключением случаев прилегания киосков прессы к зданиям (заборам).

22. Рекомендуется предоставить автомобилям, доставляющим периодические печатные издания, а также иную печатную продукцию, разрешение для беспрепятственного проезда и разгрузки такой продукции к киоскам прессы. В случае если киоски прессы находятся в пешеходной зоне, а также в зоне ограниченного доступа, рекомендуется предусмотреть возможность беспрепятственного проезда для автомобилей, доставляющих прессу, в оговоренный период времени.

V. Подготовка отчета о количестве объектов розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией в субъектах Российской Федерации

23. Отчет о количестве объектов розничной торговли периодическими печатными изданиями и иной печатной продукцией в субъектах Российской Федерации (далее — отчет) ежегодно готовится Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в целях исследования уровня обеспеченности населения киосками прессы и динамики их численности.

24. В отчете дается анализ сравнительных показателей количества киосков прессы на душу населения по всем субъектам Российской Федерации.

25. В отчете используются данные мониторинга состояния киосков прессы, сведения о киосках прессы, представляемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, осуществляющими деятельность в сфере средств массовой информации, печати, издательской и полиграфической деятельности, а также аналитические разработки, отчетная и иная информация, представляемая органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, общественными, отраслевыми организациями, союзами, ассоциациями, а также организациями средств массовой информации и другими организациями, осуществляющими деятельность в данной сфере.

26. Отчет ежегодно направляется Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в Правительство Российской Федерации, а также размещается на официальных сайтах Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в сети «Интернет» (www.minsvyaz.ru) и Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (www.fapmc.ru) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Мартынов Д.В.: Положение на рынке печатных СМИ тяжелое, но не безнадежное

Характеризуя обстановку на российском рынке прессы, президент АРПП Дмитрий Мартынов отметил падение объёмов продаж периодики, снижение прибыльности её распространения, увеличение уровня просроченной задолженности, проблемы ликвидности в текущих и долгосрочных показателях у медиакомпаний, возрастающее количество банкротств среди производителей и распространителей газет и журналов.

Однако не всё так плохо, заметил Д.В. Мартынов, имеются и положительные тенденции на рынке. В их числе — ежегодное появление новых издательских проектов, позволяющее поддерживать объёмы продаж периодики, создание в отдельных регионах современных бизнес-моделей реализации прессы, повышающих экономическую эффективность работы киосковых сетей. Весьма показательна позиция некоторых властных структур, которые демонстрируют понимание проблем отрасли. Речь, в частности, идёт о принятых Минкомсвязи «Рекомендациях по поддержке и развитию системы розничного распространения периодических печатных изданий и иной печатной продукции в субъектах Российской Федерации». Конкретные меры по оказанию содействия в развитии и совершенствовании столичной системы распространения печатной продукции осуществляют власти Москвы.

Вместе с тем, рынок печатных СМИ России не первый год демонстрирует отрицательную динамику, как в количественных, так и в стоимостных показателях. Рентабельность распространения печатных СМИ по всем категориям форматов неуклонно снижается. Выручка от продаж прессы на одну торговую точку падает из-за сокращения покупательского спроса, а затраты увеличиваются в результате роста арендных ставок, цен на горюче-смазочные материалы и т.д. В случае же закрытия нерентабельных торговых точек рынок сразу потеряет до 20% существующих продаж. При этом важно иметь в виду, что нерентабельные торговые точки прессы имеются во всех странах Европы, но здесь издатели компенсируют потери распространителям прессы в соответствии с действующей системой агентских договоров.

В различных регионах России по-разному решается задача обеспеченности населения киосками/павильонами прессы. Лидирует по этому показателю, а следовательно, и по доступности печатных СМИ Челябинск, на территории которого работает более 700 киосков прессы. Таким образом, 1 киоск в Челябинске приходится на 1430 жителей. Кроме киосков здесь функционируют и вспомогательные модели распространения прессы.

Высокий уровень обеспеченности отмечен также во Владивостоке, Воронеже, Екатеринбурге, Ижевске, Иркутске, Краснодаре, Красноярске, Орле, Сочи. В этих городах 1 киоск обслуживает 2000-2200 жителей.

В других регионах судьба основного канала розничного распространения газет и журналов, т.е. судьба киосков/павильонов прессы, выглядит не столь оптимистично. По-прежнему во многих российских городах остаётся актуальной проблема сокращения их численности в значительной степени по необоснованным требованиям местных властей. Только за последние два года на территории России было ликвидировано более 2000 киосков, торгующих печатными изданиями. Лидирует по этому показателю Саратов, в котором снесён каждый 4-й киоск прессы. Каждый четвёртый киоск снесён и в Тольятти.

Одной из специфических особенностей российской действительности является то, что состояние отечественного рынка СМИ во многом зависит от административных барьеров, которые особенно сильно в отрицательном плане влияют на систему розничного распространения. Административное «регулирование» выражается в ограничении ассортимента сопутствующих товаров, запредельном повышении арендной платы за земельные участки и тарифов на энергоносители, в трудноисполнимых требованиях по обновлению дизайна торговых объектов. Кроме того, лишают смысла осуществлять инвестиции на перспективу бесконечные пересмотры схем дислокации нестационарных торговых объектов, ведущие к сокращению числа отводимых под киоски прессы участков, короткие сроки предоставления в аренду земельных участков и т.д.

По словам Д.В. Мартынова, сокращение количества розничных точек продаж прессы — это общемировая тенденция. В Европе максимальное их сокращение отмечено во Франции (-8%), Испании (-6%) и Италии (-6%). В свою очередь, российский рынок за последние 5 лет потерял 14% точек продаж.

Определённые шаги в целях модернизации медиаотрасли предпринимаются и в России. В качестве таковых докладчик прокомментировал 4 блока рекомендаций, изложенных в упомянутом ранее июльском приказе Минкомсвязи о поддержке системы розничного распространения печатной продукции.

Пресс-служба АРПП

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 размещения 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: 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. (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

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

РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА НА МИНИ-ФОРМАТ

СУПЕРЦЕНА!

ЖДЕМ ВАШИХ ЗАКАЗОВ!

РЕКЛАМА. 18+

*Единая розничная цена на мини-формат 89 руб. действует до выхода февральского номера Cosmopolitan 2014.

Город твоих интересов!

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ ГОРОД МЕДИА

www.idgorod.ru

ВСТРЕЧАЙТЕ!

Новые журналы от Издательского Дома "Город Медиа"!

Журнал

«Зайка Кейворды»

«Зайка Кейворды» это популярные **числовые кроссворды, филворды, судоку, числобусы и другие головоломки,** а также **викторины, анекдоты и интересные заметки,** которые помогут узнать много нового и зарядиться хорошим настроением на весь месяц. **«Зайка Кейворды» - скучно не будет!**

А4, 84 полосы, обложка полноцвет, внутри газетная бумага, ч/б, ~ 110 гр./экз., 30 экз/ст. пачка
Периодичность: 1 раз в месяц

Квотная цена = **21,03** руб.

Журнал

«Зайка. Много сканвордов»

На **180** страницах журнала «Зайка. Много сканвордов» вы найдете **разнообразные оригинальные сканворды на любой вкус, странички юмора и дельные советы на все случаи жизни.**

А4, 180 полос, обложка полноцвет, внутри газетная бумага, ч/б, клеи, ~218 гр/экз., 20 экз/ст. пачка
Периодичность: 1 раз в месяц

Квотная цена = **30,27** руб.

на правах рекламы