



ПРЕССА

в Сибири

№ 3 (470)

24 • 30 января 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

**НА КАЖДЫЙ ВОПРОС НАЙДЕТСЯ ОТВЕТ –
ЖИТЬ ПОМОГАЕТ «НАРОДНЫЙ СОВЕТ»!**

**КОМУ И ЗА ЧТО ГОСУДАРСТВО
ВЕРНЕТ ДЕНЬГИ** стр. 20

**НАРОДНЫЙ
СОВЕТ**
САМАЯ ПОЛЕЗНАЯ ГАЗЕТА!

**ОЧИЩАЕМ ДОМ
ОТ ПЛОХОЙ
ЭНЕРГЕТИКИ** стр. 2-3

**ЗА ЧЕЙ СЧЕТ
ЧИНЯТ ТРУБЫ
В КВАРТИРЕ** стр. 5

**ЧЕМ ПОДТВЕРДИТЬ
ЛьГОТНЫЙ СТАЖ** стр. 6

**КОГДА ЗЕМЛЮ
МОЖНО НЕ
ПРИВАТИЗИРОВАТЬ** стр. 8

**ДОМАШНИЕ
ЧИПСЫ:**

ПРИМЕР РАСЧЕТА

**КАК ПО-НОВОМУ
ПЛАТЯТ
ДЕКРЕТНЫЕ**

**НАМ
ДОВЕРЯЮТ
БОЛЕЕ
1 500 000
ЧИТАТЕЛЕЙ!***

**В ПРОДАЖЕ КАЖДУЮ
НЕДЕЛЮ**

* Источник: NRS-Россия, аудитория за полгода

В НОМЕРЕ

**МИНИСТР
ИГОРЬ ЩЕГОЛЕВ
О БУДУЩЕМ
ГАЗЕТ**

•
НОВОСТИ

страница 2–4

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1–40

новости отрасли

страница 5–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8

**Загородные
Планы**

**В продаже
с 31 января**

**В подарок пакетики семян
от компании «Агростиль»**

формат А-4
20 полос
пачка 100 шт.
Выходит 2 раза в месяц

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
ПАБЛИК**

**ТОМАТ
СТРЕЗА F1**

**ТОМАТ
БАЛКО**

**ТОМАТ
НОЕ ЧУДО**

Новинки от издателей газет



«1000 советов» и «Непоседа»

НЕПОСЕДА

Формат А4
32 полосы
Вес 55 г
Стандарт пачки 100
Периодичность 1 раз в квартал

№1 Газета для тех, кто хочет общаться

Друзья

по переписке

от создателей газеты **1000 советов**

№1 2011

Расстояние
ДРУЖБЕ не помеха
Ищу друзей
по интересам
Моя вторая половинка,
ГДЕ ТЫ?
**Поздняя
ЛЮБОВЬ**
Отзовитесь, **ЗЕМЛЯКИ!**
Приглашаем жить
в ДЕРЕВНЮ

Психология
жизни
6-7 лет

Специальные
заказы!

Формат А4
32 полосы
Вес 59 г
Стандарт пачки 100
Периодичность 1 раз в месяц

Очень полезная газета для садоводов и огородников

Во саду ли, нашем В огороде

№2 (336), февраль 2011

Томат -
средний формат стр.2-4

Лоза: выбираем сорт стр.6-8
Крокусы - жизнь короткая, но яркая стр.12
Вигна - коровьи бобы стр.14-16
Вкусный перец вырастить просто стр.18-19
Пасека: лето в жизни пчел стр.22-23
Айва японская - кладень витаминов стр.25
Что слаще редьки стр.26

Оставайтесь с нами!

ПОЧТА РОССИИ
Включено
Издательство «Совхозиздат»



Уважаемые коллеги!

Снова поднимается вопрос о размещении объектов мелкорозничной торговли. Москомархитектура представила разработанные ею типовые проекты киосков для уличной торговли. Подробнее о проекте и мнениях игроков рынка о нём читайте на стр. 5.

А также в этом номере «Прессы в Сибири» интервью с министром связи и массовых коммуникаций Игорем Щеголевым о будущем СМИ, интернете и мобильной связи.

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
К. В. Вяткин
выпускающий редактор,
дизайн, компьютерная верстка
Д. А. Бедарева

отпечатано в типографии
ЗАО «Медведь Типография»
Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87
Подписано в печать 19.01.2011 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.

НОВИНКА → журнал «Автовладелец»

Интервью с известными автолюбителями, обзоры автомобилей, автозапчастей и много полезных советов.

Журнал „Автовладелец“ будет полезен не только водителям со стажем, но и тем, кто интересуется историей авто. А еще в каждом номере вы узнаете о пристрастиях самых известных автовладельцев страны...

1. Макс Покровский рассказывает о своих авто
2. Тест-драйв «Дефендера»
3. Кузовные работы: как не нарваться на жуть
4. Как хранить шины
5. Обзор российских навигаторов «ГЛОНАСС»
6. Какой авто выбрать за 300-400 тыс. руб.

Обзор автомобилей от 300 до 400 тысяч рублей **Стр. 6**

Автовладелец

Приложение к газете «Золотая рыбка»

Тест «Дефендера»: неизменен с 1954 г.

Обзор навигаторов «ГЛОНАСС»

Кузовные работы: как не нарваться на жуть

Рекомендации по эксплуатации и хранению шин

Макс Покровский:
«Я абсолютно полноприводный человек»

16 полос (офсет) + обложка (мел.)
Полноцветный
Формат А4
Выходит два раза в месяц

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Кроссовки	↑	2011/6	7,45	8,10	9,00	16,50
гм	МК в Новосибирске	↑	2011/6	10,32	10,80	12,40	14,50
гм	Молодость Сибири	↑	2011/6	11,27	11,80	13,60	16,50
ж	Красивые дома	↑	2011/4(117)	139,00	149,75	166,80	245,00
ж	“Красивые дома Б. и с. “Бани и сауны”” “	↑	2011/2012	91,80	100,95	110,20	170,00
ж	Красивые дома Красивые квартиры	↑	2011/5	123,57	133,55	148,30	225,00
ж	Личный бюджет	↑	2011/4-5	49,42	52,95	59,30	90,00
ж	Полдень XXI век	↑	2011/мар	28,12	30,15	33,80	75,00
ж	Похудей	↑	2011/4	29,65	31,90	35,60	55,00
ж	Секреты здоровья	↑	2011/4	12,43	13,40	15,00	21,00
ж	Современный ремонт	↑	2011/3	41,73	45,95	50,10	75,00

И СНОВА РОСТ ТАРИФОВ НА ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ

Повышение тарифов с начала каждого года становится привычной новостью. Вот и тарифы на все виды сообщений по российским железным дорогам увеличены с 1 января 2011 г.

В декабре 2010 г. Федеральная служба по тарифам издала приказ № 409-т/3 «Об индексации платы за пробег вагонов при перевозках грузов багажа, следующих в составах скорых, пассажирских, почтово-багажных

и грузопассажирских поездов». Согласно этому приказу с начала нового года действующие платы за пробег собственных (арендованных) вагонов при перевозках грузов багажа выросли на 12 %.

Это значит, что доставка печатной продукции во многие регионы России станет дороже, ведь именно по железной дороге доставляют прессу практически весь Урал, Сибирь и Дальний Восток. А раз дорожает перевозка, вырастет и цена товара в регионах. К сожалению, из-за роста тарифов пресса станет ещё дороже для покупателя.

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

Итоги опроса

«Подписались ли Вы на прессу на 2011 год?»

Итоги опроса, проводившегося на сайте arpp.ru: «Подписались ли Вы на прессу на 2011 год?».

Вариант ответа: «Нет. Пресса мне не нужна, пользуюсь Интернетом» поддержали 59,4% принявших участие в голосовании. На втором месте с большим отставанием (15,9%) ответ: «Да. Я подписываюсь на прессу уже много лет». Чуть меньше голосов (14,5%) набрал ответ «Не подписываюсь на прессу из-за высоких подписных цен». Далее следуют варианты: «Нет. Не хочу подписываться, потому что прессу воруют из почтового ящика» (8,7%) и «Нет. Мне достаточно бесплатных газет, которые доставляют в наш дом» (1,4%).

Пресс-служба АРПП

ПРИОСТАНОВИЛИ

С января 2011 года приостановлен выпуск журнала «Interni».

ВЫПУСК ПРЕКРАЩАЕТСЯ

С января 2011 года прекращён выпуск изданий «Частная жизнь», «Очная ставка», «Поле Чудес».

100 % ВОЗВРАТ

На газету «Встречаем праздники» № 1 и № 2 предоставляется 100% возврат.

Министр Игорь Щеголев о будущем газет, о тарифах мобильной связи и о цензуре в Интернете

В День российской печати, в редакции «Российской газеты» состоялся «Деловой завтрак» с министром связи и массовых коммуникаций Игорем Щеголевым, в ходе которого он ответил на вопросы журналистов.

— Игорь Олегович, президент Медведев во время подведения итогов года высказал пожелание всем средствам информации максимально сократить «драматический разрыв» между той новостной повесткой дня, которую реально формирует общество, и новостными приоритетами СМИ. А вам этот разрыв кажется серьезным? Вы довольны подачей новостей, которую демонстрируют СМИ? И откуда министр Щеголев предпочитает узнавать новости: Интернет, телевидение, газеты?

— Моя информационная повестка дня формируется всеми средами: это и телевидение, и дайджест специализированной прессы, и общественно-политические издания, и, конечно же, Интернет. И в традиционных СМИ, и в интернет-изданиях, и в блогосфере есть что-то интересное, что-то новое. Понятно, что в каждом сегменте новостная повестка формируется по-разному. В традиционных СМИ есть те технологии, которые складывались многими десятилетиями. Конечно, все руководствуются своими приоритетами — срочно или несрочно, ведь редакционная политика формируется на протяжении достаточно долгого времени и у нее есть свои внутренние законы.



У крупных интернет-порталов информационные приоритеты часто зависят от статистики количества посещений. И понятно, что на первый план могут выходить те новости, которые в традиционных СМИ не всегда стоят на том же месте. Поэтому есть разница спроса на эту информацию. Но надо отметить, что эта разница уменьшается. И хотя разрыв пока еще по-прежнему действительно драматичен, он становится меньше.

Что касается самих интернет-ресурсов, не только СМИ, но и блогов, то там законы еще не сформировались.

Однако уже понятно, что основная информация, которая

подвергается тем или иным комментариям, это информация, поступающая во многом из тех же традиционных СМИ. Конечно же, бывают какие-то интернет-«бомбы», которые сначала появляются в этой среде, а только потом попадают на первые полосы, но каких-то железных закономерностей здесь нет. Появляется информация, потом она начинает обрастать дополнительными комментариями очевидцев, появляются какие-то видеозаписи. И информация в полной мере начинает жить в мультимедийной среде. Потом к ней добавляются комментарии пользователей, и эта информация становится еще и живой. Традиционные СМИ скованы теми формами, которые у них есть. Вы можете напечатать выдающийся материал, а у человека, открывающего газету, нет возможности посмотреть, как этот материал воспринимается другими людьми. В этом плане, конечно, интерактив существенно оживляет подачу.

В СМИ есть некие законы информационной политики, и подача информации во многом диктуется этими законами. Но Интернет пришел в нашу жизнь недавно, и даже традиционные СМИ вынуждены корректировать свою информационную повестку с учетом того, что появляется в Сети. Этот разрыв сокращается, и он неизбежно

будет становиться еще меньше. Исчезнет ли он вообще и когда это произойдет, сейчас предсказать трудно, но тенденция сближения этих информационных повесток дня налицо.

Предсказать, каков будет баланс, достаточно трудно, ведь интересы самой интернет-аудитории тоже меняются. Изначально это была среда 15-17-летних. Потом туда пришло более взрослое, «серьезное» поколение - люди, которые увидели в этом площадку для самореализации.

Но не все надежды, которые возлагались на Интернет, оправдываются. Посмотрите, что происходит с опытом публикаций книг во Всемирной паутине. Казалось бы, полная свобода, независимая читательская экспертиза сформировали идеальную среду для того, чтобы в массовом порядке появлялись новые звезды. Но этого не произошло - есть единицы удачных авторов, которых заметили. То же самое произошло и в музыке. В последнее время только Петр Налич - звезда, которая взойшла на небосклоне Интернета. Хотя изначально предполагалось, что сейчас появится возможность справедливого голосования, без каких бы то ни было дополнительных манипуляций со стороны промoters, и все встанет на свои места. Не случилось.

Точно так же будет происходить и с информацией. Понятно, что чем больше будет пользователей, тем выше будут требования к той информации, которая появляется в Интернете. И я думаю, что на определенном этапе вперед опять смогут вырваться профессиональные СМИ. Доверие населения выше к качественной информации, составленной из разных источников и по тем

законам, которые вырабатывались не одним днем. Конечно же, элемент спонтанности, эмоций тоже важен, но не менее важна и качественная информация.

— А вы как министр работаете с известными блогерами? Приглашают ли их на ваши мероприятия?

— Да, приглашают. Я их не только приглашаю, я и сам к ним иду.

Например, в этом году в рамках IT-конференции «Безопасное завтра Рунета» встречался с блогерами в Урюпинске, было очень хорошее общение. И мероприятие замечательное было. Касперский узнал, что есть город Урюпинск, а мэр этого города - что Касперский - это человек, а не только антивирус.

— Вопрос от наших читателей, пришедший по каналам Интернета. Не считаете ли вы, что мобильные операторы не всегда честно считают стоимость услуг? И не только по роумингу. Возможно ли, что минкомсвязь как регулятор повлияет на недобросовестную деятельность операторов?

— Минкомсвязь как регулятор действует по закону. Тарифы сотовых операторов не относятся к тому, что мы можем регулировать.

— Но ведь минкомсвязь может выступить с законодательной инициативой?

— Это вопрос не столько к нам, сколько к законодателям, с которыми мы находимся в диалоге. Мы пытаемся решить вопросы не только с ними, но и с другими нашими ведомствами. Правда, в правительстве некоторые наши коллеги считают, что тарифы сотовиков в регулиро-

вании не нуждаются. А без их мнения занять ту позицию, о которой вы говорите, бывает достаточно трудно. Но уже в прошлом году в отношении роуминга мы смогли обеспечить какие-то подвижки. Пока хотя бы в рамках России и СНГ, где у сотовых операторов есть свои «дочки».

Что касается международного роуминга, то это не так просто, поскольку, по утверждениям операторов, высокий уровень тарифов диктуется исключительно теми условиями, которые выдвигаются зарубежными партнерами. Сотовые операторы утверждают, что в Европе ввели централизованные тарифы на роуминг в рамках Европейского союза и те доходы, которые европейские операторы недополучают внутри со своих абонентов, они перекладывают на услуги роуминга с другими странами. Здесь минкомсвязь как регулятор, конечно, может помочь наладить диалог прежде всего с европейскими или, например, теми ближневосточными странами, куда выезжает больше всего наших туристов.

Но в основном государство подключается к решению проблемы тогда, когда наблюдаются признаки картельного сговора или необоснованного повышения цен. А того инструментария, который есть сейчас у правительства, не хватает, чтобы заниматься регулированием сотовых и роуминговых тарифов жестче.

— Главное, чтобы это постоянно ощущали мобильные операторы, что вы за ними следите.

— Ощущают. И пока удастся договариваться даже без серьезных санкций.

Российская газета

МОСКОВСКИЕ ВЛАСТИ ПЕРЕСЕЛЯЮТ УЛИЧНЫХ ТОРГОВЦЕВ В КОНСТРУКТОР «ЛЕГО»

Москомархитектура представила разработанные ею по поручению мэра Москвы Сергея Собянина типовые проекты киосков для уличной торговли. Столичное ведомство, отвечающее за внешний облик столицы, опубликовало на своем сайте типовые проекты временных торговых модулей для Москвы. В презентации отмечается, что сегодня «разномастные» объекты мелкорозничной торговли сооружены «каждый по своему проекту, имеют разные характеристики по высоте, ширине, оформлены хаотично расположенной рекламой».

Это, судя по всему, консолидированное мнение столичных властей: еще в ноябре прошлого года заместитель руководителя департамента потребительского рынка и услуг города Москвы Валентина Варфоломеева на обсуждении проблемы незаконного сноса палаток заявила, что «каждый по себе ларек в отдельности может выглядеть хорошо, но когда несколько таких ларьков стоят рядом у метро, получается Шанхай».

Как в «Лего»

Главный принцип, которым руководствовались разработчики в Москомархитектуре — модульность, т.е. возможность собирать киоски из элементов конструкции размером 1,9 м на 1,5 м и 1,5 м на 1,5 м. «Такая конструкция сродни известному детскому конструктору „Лего“ и позволяет формировать необходимые торговые площади (как без входа внутрь, так и имеющие торговые залы) в зависимости от ситуации на участке размещения за счет блокировки между собой в любом из направлений», — пишут разработчики. Они надеются, что модульность сделает объекты мелкой торговли узнаваемыми.

Оформление будет меняться в зависимости от товара и торгующей фирмы, но хаотичность исчезнет, обещают авторы.

Стили для зон

«Новым для Москвы является тот факт, что „одежда“ и рисунок модулей разработаны исходя из той стилиевой зоны города, в которой предполагается размещение группы торговых объектов», — пишут авторы проекта. Для различных зон города разработаны три стиля: «Модерн», «Классика» и «Свободный стиль». «Такой подход позволит нам максимально „вписать“ облик временных торговых объектов в облик районов расположения торговых объектов», — надеются авторы.

«Разная стилистика предполагается в зависимости от зон города», — уточнили GZT.RU представители Москомархитектуры. — Один из стилей рекомендован для центра Москвы, другой — для периферии. Они будут сочетаться со стилистикой строений, которые в городе различные». Правда, какой именно стиль будет доминировать в центре города, представитель ведомства сказать затруднилась, отметив лишь, что в центральной части Москвы присутствует различная стилистика, соответственно, и стиль киосков может быть разным. «Это еще будет решаться», — пообещали в ведомстве.

Урны и скамейки

Новые киоски заменят собой прежние «морально устаревшие» палатки, которые, по словам авторов, «откровенно портят облик столицы». Установка торговых киосков будет сопровождаться благоустройством территории, прилегающей к ним, обещают разработчики.

«Модули будут сочетаться со стилистикой городской мебели — скамейками, урнами и т.п., — уточнили в Москомархитектуре. — К примеру, если вся мебель в стиле модерн, то и модуль будет в стиле модерн».

Кроме скамеек, в состав благоустройства включаются скамьи, урны, декоративное озеленение и декоративные светильники.

В пояснительном тексте к проекту сообщается, что разработанные проекты будут предварительно согласованы с управами районов и префектурами. Намного ли может измениться вид модулей после этих согласований и насколько принятый дизайн близок к окончательному, в Москомархитектуре уточнить не смогли.

Студенческое упражнение

«Это напоминает студенческое упражнение, — сказал историк архитектуры Григорий Ревзин, ознакомившись с проектом. — Проект сделан по принципу „раз у нас есть в центре исторические детали, давайте делать киоски в классическом стиле“».

«При этом они могут подойти как корове седло, — категоричен Ревзин. — Пять табуреток с колоннами — это не классицизм, это издевательство над классицизмом. Сами по себе, на мой взгляд, эти вещи очень некрасивые, а модульная система в город не вписывается, у нее другая задача».

Кроме того, специалист по архитектуре считает спорной идею о том, что одинаковые киоски, стоящие рядом — красивее, чем разные. «А почему, собственно? Вот люди стоят в метро — они тоже одеты по-разному, и фигуры у них разные. Одинаковые только солдаты в шинелях. Но это какая-то государственная красота», — размышляет Ревзин.

«Идея Собянина убрать киоски с магистралей выродилась в очередную схему поборов с московской торговли — придумано, как получить большой заказ на киоски и заново всех торговцев обязать это оплачивать», — резюмирует эксперт.

Красота и функциональность

В то же время опрошенные игроки рынка мелкой розницы в целом доброжелательно отнеслись к дизайну будущих киосков.

«Улучшение городской мебели и приведение в соответствие со стилем и архитектурным обликом столицы — правильный тренд», — сказал Александр Оськин, глава Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП).

Поддерживает он и принцип выбора из трех стилей. «Такой подход нам нравится. Это предоставляет свободу рынку, — считает он. — Нет диктатуры и насилия, дизайн соответствует стилю и архитектурному облику Москвы». Модульный подход он также считает прогрессивным методом, т.к. это предусматривает возможность развития торговой точки: «Сегодня, к примеру, у предпринимателя киоск на 6 кв метров, а потом посредством модульного развития он сможет его расширить».

Не имеет ничего против нового оформления и директор по развитию сети компании «Маркон» (торговая марка «Стардогс») Сергей Рак. По словам, большинство уличных общепитовских концепций вполне вписывается в один из предложенных размеров — 3х1,5 м. «Но многое зависит от воплощения», — предостерегает он.

Дороже и сложнее

Другие участники рынка отмечают отдельные функциональные недостатки проекта. «Варианты оформления красивы, но не для всех видов деятельности удобны, — говорит глава компании „Автохолод“ Евгений Кобзарь. — Наверное, они вписываются в московскую архитектуру, хотя, что такое московская архитектура, сегодня трудно сказать: в центре у нас есть и модерн, и старинные здания, и „стекляшки“ — все вперемешку».

По мнению Кобзаря, чья компания занимается, кроме про-

чего, производством киосков и автокафе, Москомархитектура справилась лишь со своей прямой задачей: спроектировать модули, которые смотрелись бы хорошо в рамках городской инфраструктуры. «Но по-хорошему их еще очень серьезно надо дорабатывать с точки зрения расположения оборудования, слива воды, снеговой нагрузки и т.п., — анализирует увиденное специалист. — В частности, маленькие объекты не позволяют внести туда холодильник. Нет на рисунках козырьков — навесов над покупателем».

Кроме того, с точки зрения технологии производства они получились достаточно сложными, особенно те, что с декоративными элементами, и быстро их изготовить ни на каком производстве не получится, уверен Евгений Кобзарь. Как следствие, такие киоски будут достаточно дорогими в изготовлении и стоять будут явно дороже, чем нынешние киоски, уверен специалист. «Это может быть оправдано, если они будут служить не менее 5–10 лет», — считает он.

Другие опрошенные предприниматели тоже пока не решаются предположить, во сколько обойдутся им новые киоски. «Сегодня цена полностью оборудованного готового к работе киоска общепита — около 600 тыс. рублей, — сообщил Сергей Рак. — Новый объект, по идее, не должен стоять дороже». По словам Александра Оськина, средняя стоимость киоска с прессой сегодня — около \$10 тыс., но цена новых конструкций, по его словам, будет зависеть в первую очередь от материалов.

Масштаб катастрофы

Гораздо больше, чем стили и функциональность новых типовых киосков, игроков рынка беспокоят другие проблемы. В частности, пока неясно, в какие сроки предпринимателям предпишут сменить торговые точки на новые. От этого, по словам Александра Оськина из АРПП, зависит «масштаб катастрофы».

«Если это будет сделано в неразумные сроки и в порядке диктатуры над рынком, это разорит малый и средний бизнес, — предостерегает Оськин. — Нужен мягкий подход к работе, без фанатизма и идиотизма, какой был 4 ноября, когда стали сносить ларьки, невзирая на документы».

По мнению главы АРПП, предпринимателям нужно дать переходный период сроком 3–5 лет, в течение которого они смогут сменить киоски на рекомендованные. «Есть безобразные киоски, которые нужно менять в течение года, а есть поставленные недавно современные стеклянные киоски, — отмечает Оськин. — Их владельцам можно дать три года или больше на замену, чтобы люди успели вернуть потраченные деньги. Если спешки не будет, то мы будем приветствовать двумя руками».

Впрочем, не каждому из ныне работающих предпринимателей придется заниматься заменой киоска — некоторые, судя по всему, лишатся бизнеса: на новых конкурсах, дающих право временной аренды земельных участков, разыгрывается примерно на 30% меньше мест. «Это прекратит существование многих малых предприятий», — прогнозирует Евгений Кобзарь.

«В центральном округе было около пяти заявок на место, — рассказывает Сергей Рак из „Маркона“. — Но это конкурс на временную аренду, а на постоянную будет, скорее всего, меньше».

Опасаются участники рынка и того, что власти поставят перед ними жесткую рекомендацию, у кого именно закупать киоски. «Это будет пахнуть коррупционной составляющей», — считает Александр Оськин. По его мнению, не должно быть и тендера на производство модульных конструкций. «Нам поставят рекомендации, скажут, каким видят власти города мелкорозничные сети, а уж как это реализуется, позвольте решать рынку свободно», — призывает он.

GZT.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 (в Новосибирске — от 70 000 рублей).

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 мелко-оптовой 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» и ООО «Топ-Книга» (см. список киосков и магазинов).

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).

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «СИБИРЬ МЕДИА»

• (383) 22-777-67 •

К О Н Т А К Т Ы

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, или Ледовских Евгении Васильевне (ведущему менеджеру группы по работе с клиентами) e.ledovskih@sibir.su;
 - **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 Кузнецову Александру Петровичу (руководитель отдела экспедирования) 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), Бедаевой Дарье Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.
- Претензии** по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

АДРЕСА:

- **склад хранения и склад рассыл:**
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, 8-916-306-25-22,
E-mail: msk@sibir.su
Пермь — Тел. 8-919-499-78-28,
E-mail: perm@sibir.su
Екатеринбург —
Тел. 8-904-540-09-12,
E-mail: eburg@sibir.su
Тюмень — Тел. (345-2) 46-55-15,
E-mail: tumndir@sibir.su
Омск — Тел. (381-2) 41-23-89,
E-mail: omskdir@sibir.su
Красноярск — Тел. (391-2) 63-32-52,
E-mail: krsn@sibir.su
Иркутск — Тел. (395-2) 24-31-72,
E-mail: irkts@sibir.su
Улан-Удэ — Тел. (301-2) 21-42-58,
E-mail: yyde@sibir.su
Чита — Тел. (302-2) 44-21-09,
E-mail: chita@sibir.su
Хабаровск — Тел. (4212) 48-98-48,
E-mail: habar.dir@sibir.su

- Омск (магазин оптовых продаж)**
ул. Рождественского, 4,
тел. (381-2) 41-23-89,
omskmag@sibir.su

КАЗАХСТАН

- Алматы** — Тел. (327-2) 50-34-25,
E-mail: presst.dir@sibir.su
Петропавловск —
Тел. (315-2) 31-03-09,
E-mail: presst.petr@sibir.su
Павлодар — Тел. (318-2) 54-36-99,
E-mail: presst.pavl@sibir.su



АРП «ФРАМ»

Склад: тел. (383) 22-77-891

Магазины мелкооптовой торговли

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 7.00 до 19.00. Тел. 220-220-1



Новосибирск,
ул. Ленина, 94

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 6.30 до 18.30. Тел. 346-51-83



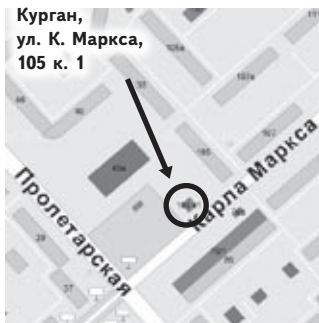
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383) 41-27-621



Бердск,
ул. Островского, 55

Время работы магазина мелкооптовой торговли: с 9.00 до 20.00.
E-mail: fram-kurgan@arpi-sibir.ru



Курган,
ул. К. Маркса,
105 к. 1



**Приглашаем вас посетить
мелкооптовые магазины
периодики ООО «Топ-Книга»:**

1. **Новосибирск**, ул. Линейная, 29,
«Литера», тел. (383) 203-38-77,
(383) 203-38-65 (ежедневно 8:00—21:00).
2. **Томск**, пер. 1905 года, 6/3,
«Литера-М»,
тел. (382-2) 51-12-04
(ежедневно 9:00—19:00).

ИЗДАТЕЛЬСТВО

ПАБЛИК



Кладовая ЗДОРОВЬЯ

01/2011

Как приготовить
лекарства из алоэ

Алоэ - источник
красоты

Животворный дар
алоэ

От нервов не ищите
таблеток!

Травы против
простуды

Болезни органов
дыхания и
растения-целители

**АЛОЭ -
100 лет без бед!**

спецвыпуск от журнала «36,6 - рецепты здоровья»

Все сама

№1/2011

ВЯЖЕМ ПЛЕТЕМ ВЫШИВАЕМ



Платье
с леопардом



Декорируем
УГГИ



Платье
«Взрослый дитя»

Вяжем пуговицу
спицами

Технические характеристики:
формат А-4
48 полос
мелованная бумага
пачка 100 шт.
вес 90 гр.
Выходит 1 раз в месяц

**Внимание,
новинки!**
В продаже уже
в январе

Технические характеристики:
формат А-5
36 полос
мелованная обложка
пачка 100 шт.
вес 25 гр.
Выходит 1 раз в месяц

Сделай правильный выбор!

Новый журнал издательства «Росмэн»

Bella Sara

В продаже с 1 марта!



С первым номером —
набор коллекционных
карточек и АЛЬБОМ
КОЛЛЕКЦИОНЕРА
в подарок!



УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ:

Журнал

Игры на сайте
BellaSara.com

Коллекционные
карточки

Канцтовары

Игрушки

Реклама
на



февраль-март 2011!

BellaSara открывает ребенку
добрый мир волшебных лошадей,
поэмы, загадок и удивительных открытий!