



ПРЕССА в Сибири

№ 9 (476)

7 • 13 марта 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

BAUER НОВЫЕ СПЕЦВЫПУСКИ ОТ **777**
MEDIA GROUP



РИСОВАНИЕ ПО ТОЧКАМ
Новый развивающий журнал для детей 6–10 лет, основу которого составляют любимые всеми детьми рисунки по точкам, а также задания:

- найди отличия,
- раскрась картинку,
- заполни лабиринт.

Выход в продажу: 07.03.2011 г.
Формат: А4
Объем: 48 + 4

ДЕТЕКТИВ-ИГРА В КОМИКСАХ
Впервые – сборник детективных комиксов!

- 45 красочных захватывающих историй в комиксах
- кроссворды из 12 стран мира от американских до японских
- юмор со всего света. Карикатуры и анекдоты о жизни в разных уголках планеты
- шпионская лирика, детективные рассказы, криминальные анекдоты
- конкурсы



детектив-игра в комиксах
СЛЕДСТВИЕ ведёт
Фома СЕМЁРКИН

Выход в продажу: 21.03.2011 г.
Формат: 200 x 274,
Объем: 96 + 4

В НОМЕРЕ
ТОРГОВЛЯ
ПРЕССОЙ
ДОЛЖНА БЫТЬ
В РУКАХ
ПРОФЕССИОНАЛОВ

•
НОВОСТИ

страница 2–4

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1–40

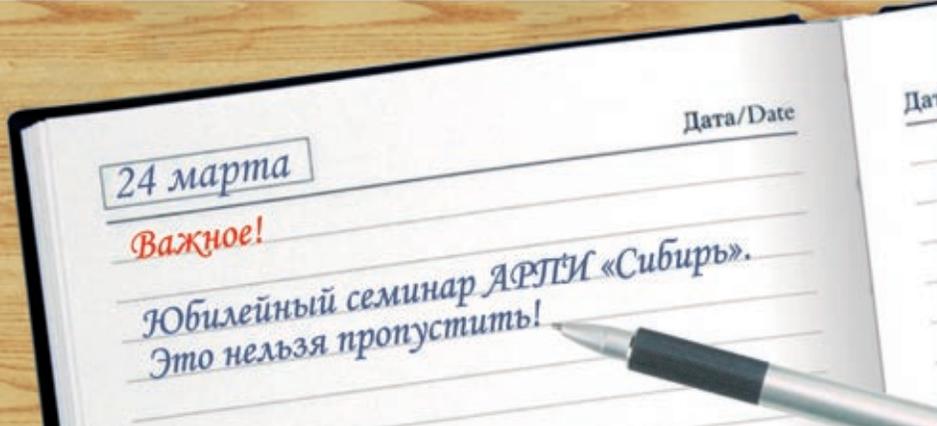
новости отрасли

страница 5–6

правила работы

с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8



Дата/Date
24 марта
Важное!
Юбилейный семинар АРПИ «Сибирь». Это нельзя пропустить!

Дат
Не забудьте подать заявку



«1000 СОВЕТОВ»

рекомендует:

«Худеем без проблем!»

Февраль/2011 г.

ХУДЕЕМ

без проблем!

№ 4
(160)

ДЖИНСЫ

Выбираем по фигуре

ПОДБИРАЕМ
ОДЕЖДУ

Под тип фигуры

ПОД ПРИЦЕЛОМ

Диета
Елены
Мальшевой

РЕЦЕПТЫ

ЗВЕЗДНОЕ
ПОХУДЕНИЕ

Келли
Осборн

Формат А4

32 полноцветные полосы

Вес 51 г

Стандарт пачки 100

Периодичность 2р/месяц



Уважаемые коллеги!

В Москве продолжается обсуждение будущего мелкорозничной торговли. Недавно в городской Думе состоялось расширенное заседание Комиссии по экономической политике и предпринимательству, где обсудили проблемы размещения киосков, требований к нестационарным объектам, регулирования торгового ассортимента. Эти вопросы несомненно важны не только для Москвы. Как прошло заседание и каковы его результаты, читайте в этом выпуске журнала «Пресса в Сибири».

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 02.03.2011 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.



**Запаситесь
кедровыми шишками**

**Воспитайте в себе
жизнелюбие**

**Едим
и лечимся**

**Старость —
это не болезнь**

**Почки нуждаются
в защите**

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
г	Автовладелец	↓	2011/6	11,70	12,55	14,10	18,00
г	Все Сама	↑	2011/3	19,41	20,80	23,30	30,00
г	Встречи на кухне	↓	2011/4	3,00	3,25	15,90	20,00
г	Встречи на кухне	↑	2011/7	13,25	14,20	15,90	20,00
г	Дарья Спецвыпуск.Филворд.	↑	2011/3	11,73	12,65	14,10	21,00
г	Коллекция вязанных идей	↑	2011/3	12,58	13,50	15,10	19,50
г	Мастерим вместе с мамой	↓	2011/4	4,53	4,85	23,00	29,00
г	Мастерим вместе с мамой	↑	2011/7	19,14	20,50	23,00	29,00
г	Наша версия	↑	2011/9	10,80	11,60	13,00	24,00
ж	WINX Клуб	↑	2011/3	97,40	104,55	116,90	160,00
ж	Стрип	↑	2011/4	100,43	107,50	119,90	180,00
ж	Стрип Интим	↑	2011/4	80,35	86,50	95,90	145,00
кб	Горячие истории	↑	2011/4	62,52	67,00	74,60	110,00

МЕНЯЕТСЯ ШТРИХ-КОД

Изменяются штрих-коды на издания «Волшебное приключение Winx Club» с №3/2011 (новый штрих-код: 977 2218 75 0008) и «Малышки Pixie» с №3/2011 (новый штрих-код: 977 2073 79 8009).

ПРИОСТАНОВЛЕН ВЫПУСК

Издательство «Паблик» приостанавливает выпуск журналов «NEXT-party» с № 3/2011 и «Машина машина» с № 3/2011. О возобновлении выхода будет сообщено дополнительно.

ПРОДЛЕН СРОК РЕАЛИЗАЦИИ

Срок реализации карточек «Супергерои Marvel. Выпуск №1. Люди Икс» продлен до 01 августа 2011 года.

МЕНЯЕТСЯ НАЗВАНИЕ

Газета «Старый замок» с № 9 меняет название на «Ума палата. Подсолнух». Технические характеристики, тематика и цена остаются прежними.

ПРОДЛЕН СРОК РЕАЛИЗАЦИИ

Срок реализации коллекции эластичных браслетов «PEBS» продлён до 31 августа 2011 г.

ВНИМАНИЕ!

В связи с выходом из строя резательной машины в типографии поставка журнала «Ваш гинеколог» № 2/2011 переносится на 14 марта 2011 г.

ВЛОЖЕНИЕ

В журнал «Хлеб Соль» № 4/2011 будет вложена шоколадка.

ЕДИНАЯ ЦЕНА

Временно, на №№ 4, 5 и 6 в программу «Единая цена» входят 5 изданий Газетного мира: «Обереги», «Вяжем детям», «Современная усадьба», «Мастерим вместе с мамой», «Встречи на кухне».

МЕНЯЕТСЯ ФОРМАТ

У издания «Мир садовода» с № 6 меняется формат. Журнал будет выходить форматом 190x255 мм. На обновлённый журнал до № 11 включительно процент ремиссии не ограничен.

В Мосгордуме состоялось обсуждение проблем мелкорозничной торговли в столице

На расширенном заседании Комиссии по экономической политике и предпринимательству были рассмотрены вопросы реализации Постановления Правительства Москвы № 26-ПП от 3 февраля 2011 года «О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных в городе Москве на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности».

Вёл заседание председатель Комиссии по экономической политике и предпринимательству И.С. Протопопов.

Особое внимание собравшиеся уделили вопросам дислокации объектов мелкорозничной торговли, порядку организации и проведения аукционов, проблемам ассортиментной политики и др. В начале заседания И.С. Протопопов заявил, что требования Постановления №26-ПП не распространяются на торговые объекты прессы в части их дислокации. Это означает, что все существующие точки продаж периодики должны остаться на своих местах. Вместе с тем численность всех остальных объектов мелкорозничной торговли иного профиля будет сокращена более чем в два раза.

В своём выступлении И.П. Ткач проинформировал о результатах исследования сети объектов прессы в столице. Он признал, что параметры действующей системы розничного распространения газет и журналов отстают от утвержденных в городе нормативов по объёму торговых площадей на 1000 жителей (10 кв.м.). Подчеркнул, что Москва нуждается в дальнейшем развитии этой системы при безусловном сохранении всех её существующих форм (павильоны, киоски, лотки, ручки).

А.В. Оськин положительно оценил курс городских властей на сохранение ныне действующей дислокации торговых объектов прессы. При этом заметил, что данное решение хорошее, но недостаточное. По словам председателя правления АРПП, в Пос-

тановлении №26-ПП содержится несколько положений, представляющих серьёзную опасность для распространения периодической печатной продукции. Прежде всего, это касается перехода от конкурсной системы выделения мест под киоски на денежные аукционы на принципах госзаказа. В этом случае приходится опасаться усиления коррупционной составляющей данного процесса. Кроме того, проведение аукционов по размещению новых киосков прессы может привести к переделу рынка, устранению с него опытных и технологически развитых компаний, предоставлению приоритетов фирмам-однедневкам, способным скупить большинство торговых мест, но не имеющим опыта и желания обеспечить соответствующий уровень работы.

Столь же негативно председатель правления АРПП охарактеризовал намерения городских чиновников заменить уже действующие торговые точки на новые, изготовленные по эскизам Москомархитектуры. А.В. Оськин сослался на мнение владельцев розничных сетей, которые считают новые модули нетехнологичными и дорогостоящими.

Ещё одной проблемой, способной разорить киосковые сети, А.В. Оськин назвал намечаемое сокращение с 49 до 20 процентов сопутствующих товаров в ассортименте киосков. Он подчеркнул, что наличие в киосковых сетях пользующихся спросом сопутствующих товаров не только способствует привлечению дополнительных покупателей, но и играет

немалую положительную роль в повышении рентабельности розничных сетей по продаже СМИ, сдерживает рост цен на прессу. Помимо этого, напомнил, что в условиях рыночных отношений, закреплённого в Гражданском кодексе РФ принципа свободной торговли, только продавец вправе определять ассортимент продаваемых им товаров.

Всех этих упущений можно было избежать, если бы к подготовке проекта Постановления Правительства были привлечены эксперты медиаотрасли. С учётом этого было бы оправданным, заметил А.В. Оськин, передать все торговые объекты прессы от Департамента торговли и услуг в ведение профильной структуры — Департаменту СМИ и рекламы.

На заседании состоялась бурная дискуссия, в ходе которой представители бизнеса и отраслевых общественных организаций, представляющих мелкорозничную торговлю в Москве, говорили о возникающих проблемах в связи с реализацией Постановления №26-ПП. В частности, речь шла о незавидной судьбе нескольких десятков тысяч людей, которые окажутся без работы в результате сокращения мелкорозничной торговли в городе, о снижении в этом случае налоговых поступлений в городской бюджет, об ухудшении обслуживания населения и т.п.

И.С. Протопопов в заключительном слове заверил, что все выступления и проблемы, прозвучавшие на заседании, будут тщательно изучены и приняты во внимание.

Пресс-служба АРПП

Александр Оськин: ТОРГОВЛЮ ПРЕССОЙ — В РУКИ ПРОФЕССИОНАЛОВ!

В Московской городской Думе состоялось расширенное заседание Комиссии по экономической политике и предпринимательству, посвященное вопросам развития рынка мелкорозничной торговли в Москве. В мероприятии приняли участие депутаты Думы, представители Правительства Москвы, отраслевых общественных организаций и малого бизнеса. Среди прочих, отрасль распространения печатной продукции представлял председатель правления Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП) Александр Оськин.

Александр Владимирович, каким именно вопросам было посвящено заседание комиссии?

Главным вопросом, стоявшим на повестке дня, стала реализация Постановления Правительства Москвы № 26-ПП от 3 февраля 2011 года «О размещении нестационарных торговых объектов, расположенных в городе Москве на земельных участках, в зданиях, строениях и сооружениях, находящихся в государственной собственности». Проблема эта достаточно серьезная, острая и болезненная для малого бизнеса столицы. И отраднo, что большинство представителей этой сферы бизнеса были приглашены на заседание, получив возможность выговориться, рассказать о своих насущных проблемах, задать волнующие их вопросы.

А вопросов здесь очень много. Конечно, благодаря вмешательству мэра Москвы Сергея Собянина, рынок розничных продаж прессы в столице находится в более привилегированном положении - дислокацию объектов по продаже печатной продукции решено не изменять,

все они останутся на месте, причем не только павильоны и киоски, но и «ручки». Возможно, это решение властей связано с предстоящими выборами. Не знаю. Однако факт остается фактом: объекты прессы решено не трогать. Это особенно важно в свете того, что Москва и так отстает от Европы по количеству точек продаж прессы на душу населения в пять раз.

Однако, не смотря на сохранение дислокации торговых точек, у нашего рынка все равно остается две серьезные проблемы, вызванные принятием нового постановления правительства.

Первая из них касается замены конкурсов на предоставление мест под киоски прессы на аукционы. Проведение аукционов ставит под угрозу весь рынок розничных продаж печати, еще более криминализируя ситуацию, создает возможность для передела рынка, прихода на него фирм-однодневок. Словом, наш непростой и технологичный бизнес находится сегодня под большой угрозой.

Второй серьезной проблемой является попытка регулирования торгового ассортимента. Согласно новому постановлению вся

мелкорозничная сеть в своем ассортименте должна иметь не менее 80% наименований профильной продукции. Но такое ограничение губительно скажется на рынке розничных продаж печати. Газеты и журналы товар низкорентабельный. И при таких ассортиментных ограничениях операторы рынка могут разориться. Их и так давят налоги и постоянно растущие цены на аренду и энергоресурсы. Для того, что бы покрывать расходы, и при этом сдерживать рост цен на такой социально значимый товар как пресса, розничные сети продаж прессы должны иметь какие-то дополнительные источники дохода. В частности за счет реализации сопутствующих товаров.

А каково ассортиментное соотношение сегодня?

На данный момент, согласно московским законам, в киосках с прессой может продаваться до 49% сопутствующих товаров. И, конечно же, резкое сокращение этого ассортимента крайне негативно скажется на рентабельности бизнеса в целом.

продолжение на стр. 5

Два журнала по цене одного!

Даша №13 заказ тиража 09.03.2011
в продаже 24.03.2011

Даша №14 заказ тиража 16.03.2011
в продаже 31.03.2011

Даша №15 заказ тиража 23.03.2011
в продаже 07.04.2011

+ журнал в подарок



**Заказывайте больше,
повышайте ваши обороты!**

ПОВЫШАЙТЕ ОБОРОТЫ С НАШИМИ БЕСТСЕЛЛЕРАМИ!

Лица

№10
+16 стр.



В продаже
с 05.03.2011

№11
+ 8 стр.



В продаже
с 12.03.2011

№12
+ 8 стр.



В продаже
с 19.03.2011

В поддержку № 10, 11, 12 пройдет масштабная рекламная кампания

Телевидение: Первый канал, «Россия», СТС. Размещение рекламных роликов на региональном телевидении в Екатеринбурге, Челябинске, Казани, Новосибирске, Н. Новгороде, Самаре, Краснодаре.

Аудиореклама на эскалаторах метро каждые 10 минут на 167 станциях в Москве и 56 станциях Санкт-Петербурге в пятницу, понедельник, вторник с 8 до 10 утра.

Радио: рекламные ролики на радиостанциях «Хит-FM», «Русское радио».

**СУПЕР
ПРЕДЛОЖЕНИЕ!**

ОТДОХНИ!

**«ОТДОХНИ!» №11
+ супервкладка 8 стр.**

**«Весенние
диеты
от звезд»**

СКОРО В ПРОДАЖЕ!

с 11.03.2011

**Hubert
Burda
Media**

ДОБАВЬТЕ В СВОЙ
АССОРТИМЕНТ!

SAVEURS

SAVEURS

ВСЕШ МИР ВКУСОВ! 2/2011 МАРТ-АПРЕЛЬ

*75 рецептов
нового сезона*

Паста, соусы, блюда из рыбы,
птицы и свежих овощей

**МЯСО
ИЗ ПЕЧИ**

Новые тенденции

Весеннее меню
ПО-ЯПОНСКИ

ОВОЩИ
ДЕЛИКАТЕСЫ
С ГРЯДКИ

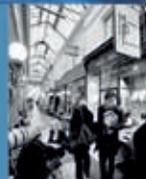
**ГОТОВИМ
С ШЕФ-ПОВАРОМ**



Пиренеи
КРАЙ
ПРИРОДНЫХ
ДЕЛИКАТЕСОВ



Шоколад
СЛАДКИЕ
ИДЕИ
К ПАСХЕ



Париж
ОБЕДАТЬ
В ПАССАЖЕ
МОДНО



Рекомендованная розничная цена 120 руб.
№ 2 В ПРОДАЖЕ С 11.03.2011г.

Хочу отдельно отметить, что Постановление Правительства Москвы №26 в части регулирования разрешенного к продаже ассортимента противоречит Гражданскому кодексу РФ, который предусматривает свободу торговли. Только продавец имеет право определять свой ассортимент. Поэтому здесь наблюдается прямое противоречие между региональным, московским, законодательством, и федеральным, что я также отметил в рамках своего выступления на заседании в Мосгордуме.

Как отреагировали на обозначенные вами проблемы представители Комиссии по экономической политике?

Председатель комиссии Игорь Серафимович Протопопов ответил, что не планирует вступать в правовую дискуссию со мной. Однако он подчеркнул, что проблемы услышаны. Что стоит за этими его словами - не знаю, но дай Бог, что бы меня действительно услышали.

Поднимался ли на заседании вопрос об установке новых торговых объектов, предложенных Москомархитектуры?

Безусловно. В частности, об этом говорил и я в своем выступлении, особо выделив то огромное количество ошибок, которое было допущено Москомархитектуры и Департаментом торговли при разработке новых обликов торговых точек. К сожалению, вынужден констатировать, что эти структуры мало что понимают в системе работы медиаотрасли. И при этом Москомархитектуры пытается диктовать рынку некие условия размещения объектов малого бизнеса! Даже председатель заседания, Игорь Сера-

фимович, слушая представителей ведомства, не выдержал: «Куда вы лезете! Это не ваш вопрос не ваша задача определять какие лотки и киоски должны стоять в интересах горожан», указал, не выдержав, он.

Поэтому, на мой взгляд, было бы правильнее передать данную работу от Департамента торговли и услуг в новый Департамент СМИ и рекламы, как в профильный и понимающий толк в этом деле. Насколько мне известно, сейчас в столичном правительстве идет активная работа по формированию структуры этого департамента, и уже к 1 марта она будет утверждена. Уверен, что будет собран сильный, высокопрофессиональный коллектив.

Более того, по нашему мнению, регулирование деятельности рынка продаж печатной продукции должно также вестись по отдельным законодательным актам, вне двадцать шестого постановления. На заседании я предложил разработать и принять новое специальное постановление правительства Москвы, направленное на регулирование исключительно объектов продаж прессы. Подобный документ уже был принят несколько лет назад. И сейчас самое время его обновить и расширить. Тем более что на дворе - новая цифровая эпоха, эпоха активного развития Интернета. Поэтому такой документ мог бы касаться не только бумажных версий СМИ, но и электронного контента. Цифровая отрасль растет семимильными шагами, появляются электронные киоски прессы, электронные книги и мобильные устройства для их чтения.

Одним словом, очень хотелось бы, что бы новый Департамент СМИ и рекламы сказал свое веское слово в плане регулирования московского рынка, подав хороший пример для всей страны.

Александр Владимирович, а другие отрасли как они восприняли постановление? Что говорили?

Я поразились как быстро и как остро наши коллеги, представляющие всю малую розницу Москвы, осознали вредность нового постановления. Уже 1 июля им будет нужно выставлять на новый конкурс все свои торговые точки. Очень печально, но теперь этих ребят будут постоянно «дергать» кого-то каждые полгода, кого-то каждые три месяца... Эти бесконечные «денежные аукционы» сильно обременяют бизнес: мало того, что постоянно дергают, так еще взятки вымогают. Не случайно я в своем выступлении привел пример Калининграда, где под торговые мелкорозничные объекты земля выделяется сроком на 25 лет. Для России такие сроки размещения случай беспрецедентный, тогда как, например, в Париже и Риме земля под мелкорозничные объекты прессы предоставляется вообще бессрочно, пока сам торговец не захочет закрыть свой бизнес. Поэтому такое придирачество наших чиновников к объектам мелкорозничной торговли я отношу как минимум к неразумности, а как максимум к коррупционности. Очень бы хотелось, чтобы управление нашей отраслью все-таки шло по европейскому пути.

Вам не кажется, что в Москве взят курс на сокращение рынка мелкой розницы?

Да, такое впечатление создается. Что меня очень беспокоит. Количество точек розничных продаж планируется сократить аж в три раза. Якобы, объекты мелкорозничной торговли уродуют облик города, раздражат население слишком высокими ценами, мешают движению транспорта. Прямо не объекты

продаж, а какое-то исчадие ада, хотя в свое время, если вспомнить, мелкая розница спасла Москву от голода, когда в 90-х годах в магазинах просто нечего было купить.

Я, со своей стороны, в этом вопросе вижу два основных аспекта. Первый, положительный: желание сделать все объекты мелкорозничных продаж визуально приличными благородно и должно всячески поддерживаться. Но идущая сейчас откровенная борьба с мелкой розницей плохо и неразумно. Похоже на чиновничий запал, который в итоге приведет к ущемлению интересов горожан и гостей столицы.

Подозреваю, что все происходящее сегодня на рынке мелкорозничных продаж в Москве пролоббировано ритейлом, крупными торговыми сетями киоски и лотки сильно снижают их оборот, перехватывая покупателя. То есть, по сути, сегодня в столице развернута настоящая торговая война, и чиновники, зная или не зная того, выступают в ней основным оружием.

Это серьезные обвинения в сторону ритейла

Если бы это было бы не так, то не было бы такого стремительного гонения на розницу и сокращения ее объектов с 30 000 до 11 000. Мало того, по результатам такой «деятельности» без работы останется огромное количество людей - чем они будут заниматься?

А если будут ликвидированы торговые точки в подземных переходах (чуть ли не 10 00 объектов), снизится их безопасность. Ведь известно, что торговые объекты, расположенные в переходах, сегодня отвечают за чистоту и безопасность «на вверенной территории». Поль-

зуются переходами станет опаснее. Понимают ли это наши чиновники?

Кроме того, объекты быстрого питания платят немалые налоги в городской бюджет. В год это примерно 250 млн рублей. При дефиците бюджета это значимая сумма. Устойчиво платят налоги и остальные мелкорозничные объекты. Почему городу эти деньги вдруг стали не нужны - мне тоже не понятно

Чуть выше вы, приводя реплики чиновников, указали, что объекты мелкой розницы якобы вызывают раздражение у простых горожан высокими ценами. Заявление странное, ведь понятно, что люди не покупаются продуктами в палатках на целую неделю для этого они едут в крупные супермаркеты, имеющие совершенно иную ценовую политику. Разве может раздражаться человек от того, что у него есть возможность купить хлеб, пусть и на рубль дороже, но зато рядом с домом?

Я тоже крайне удивился таким заявлениям. Согласно представленной на заседании информации, не так давно в городе представителями муниципальных структур был проведен опрос, направленный на оценку москвичами торговли через киоски и ларьки. И именно он, якобы, дал подобные результаты. Однако, как потом выяснилось, опрос проводился не среди активного населения столицы. В частности, большую долю респондентов заняли пожилые люди. Разве такое исследование может считаться репрезентативным? Оперирование мнением отдельных пожилых москвичей, при всем уважении к ним, это спекуляция, нечистоплотное передергивание фактов, фактически фальсификация. Я

считаю, что такие вопросы, как регулирование розничных продаж, должны решаться не на основе непонятно каким образом полученных данных, а путем консолидированной работы специалистов и исходя из европейских стандартов жизни населения. А стандарты эти подразумевают наличие объектов торговли шаговой доступности, что бы любой человек мог купить хлеб или газету рядом со своим домом.

На ваш взгляд документ будет дорабатываться?

Думаю, да, ведь он совершенно сырой. Например, в нем есть указание какие киоски нужно установить, но нет рекомендаций, кто, как и где их будет производить. Когда представителям Москомархитектуры был задан этот вопрос, они в ответ просто пожалели плечами: «наверно, это должен решать департамент промышленности города...» Получается, что постановление принято, а вопрос не проработан. Так же как и вопросы контроля за ассортиментом, схемы проведения аукционов. Ни кто из чиновников не смог дать вразумительных пояснений по этим пунктам все только кивали друг на друга.

Словом, документ, который представили на подпись мэру, оказался во многом поспешным и плохо проработанным. Что и было выявлено на заседании в городской думе. Чиновники оказались не готовы ответить на вопросы собравшихся и председательствующего, поэтому просто их записывали в свои блокноты. Словом, сейчас мы наблюдаем хаос, а не четкую системную работу по наведению порядка в городе. А в итоге вся эта ситуация дискредитирует новое руководство Москвы и конкретно мэра Собянина.

Planetasmi.ru

Работа с клиентами ведется **на основании договора или через мелко-оптовые магазины.**

Цена, по которой клиент будет получать товар:

- **зависит** от величины товарооборота клиента в месяц и выбранного им варианта работы и условий доставки товара.

1. Работа с предварительным заказом периодических изданий с гарантированным выкупом товара (постоянный заказ).

Цена квотная — заказ клиента превышает 100 000 рублей в месяц.

Заключение договоров и осуществление прямых поставок для клиентов, чей заказ меньше необходимого для получения квотной цены, производится только по индивидуальному согласованию с коммерческим отделом ООО «АРПИ «Сибирь».

Во всех случаях подразумевается наличие предоплаты на счете клиента на момент отгрузки товара. Информация о балансе клиента высылается на электронную почту ежедневно. Клиент обязан следить за своевременным пополнением своего счета. При отсутствии предоплаты поставка товара будет остановлена.

2. Внимание! Дополнительный заказ периодики из складских запасов для постоянных клиентов осуществляется **по ценам основного договора!**

3. Приобретение товара в свободной продаже на точках 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 •

КОНТАКТЫ

С претензиями и предложениями по работе сотрудников обращаться к руководству компании:
Генеральный директор — Гаврилов Сергей Давидович
Коммерческий директор — Вяткин Константин Владимирович

Просим клиентов обращаться по вопросам:

- **координации работы коммерческого отдела** к Вяткину Константину Владимировичу (коммерческий директор) k.vyatkin@sibir.su;
- **перспективного заказа периодики и изменения заказа, состоянию дебиторской задолженности** к вашему менеджеру, 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 Катаеву Денису Сергеевичу (руководитель отдела экспедирования) transsis@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), Бедаревой 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 рассылка:**
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).

ПАБЛИК

ИЗДАТЕЛЬСТВО



Внимание, новинка!

В продаже уже
в марте

Цветочная КУХНЯ

Озеленение балконов, лоджий и окон

№1

Грамотный полив
домашних растений

Правила пересадки
растений

Как вырастить
кофейное дерево

Почему не растут цветы

Домашние цветы
и ваш знак Зодиака



Цветы из семян
для балконных
ящиков

Технические характеристики:
формат - А4, 36 полос, мелованная
обложка, стандарт
пачки 100 шт., выходит один раз в
месяц, выход 7 марта

Сделай правильный выбор!



Все гениальное – просто!

Ваш покупатель всегда знает, что покупает!

В каждом номере «Апельсин Анекдоты» и «Апельсин Байки» лучшие отборные байки и анекдоты, фотоприколы и карикатуры, конкурсы и розыгрыши.

Ваш покупатель будет доволен!

По статистике 2/3 покупателей становятся постоянными нашими читателями, но дать возможность ему это сделать

можете только ВЫ!

16 страниц, формат А4, цветность 4+4, выходит еженедельно

ЗАКАЖИТЕ СЕГОДНЯ!

Изданий по головоломка много, но уникальные из них – ЕДИНИЦЫ!

Издания «Апельсин Судоку» и «Газета Ключворд» содержат в себе сборники, которые созданы лучшими нашими авторами, а не компьютерами, вот почему достаточно быстро покупатель начинает спрашивать именно их.

В номерах разнообразные тематические головоломки, как классические, так и появляющиеся недавно. В каждом номере разыгрываются реальные денежные призы, подведение итогов раз в месяц.

32 странице, формат А4, полноцвет, выходит еженедельно.



НАШИ ГОЛОВОЛОМКИ ДЕЛАЮТ ЛЮДИ!