



ПРЕССА в Сибири

№ 20 (485)

23 • 29 мая 2011 г.

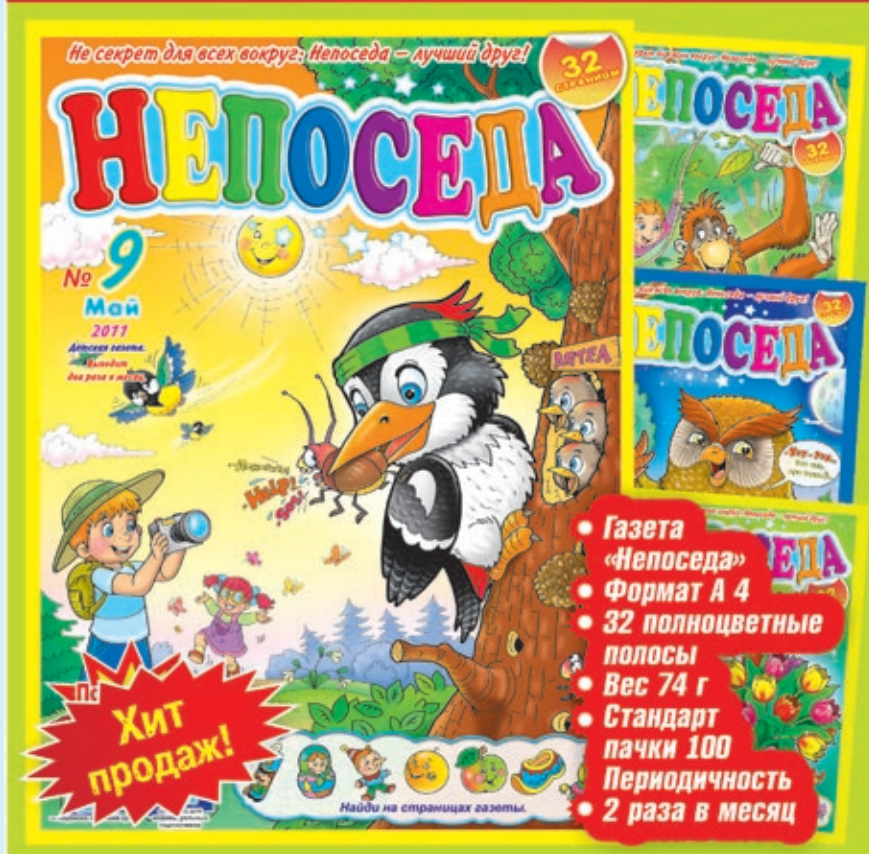
www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

«1000 советов» рекомендует:



«Лидер продаж года на рынке печатных СМИ 2010»
по данным рейтинга АРП



В НОМЕРЕ

ОБЗОР ИЗМЕНЕНИЙ ЗАКОНОВ РФ: НАЛОГИ

•
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

«Лучшие домашние заготовки» от ИД «Пресс-Курьер»

- красивые глянцевые обложки
- яркие иллюстрации
- реклама во все семейных изданиях ИД «Пресс-Курьер»

№ 2/с «Огурцы»

№ 3/с «Помидоры»

№ 4/с «Перец, баклажаны, кабачки»

№ 5/с «Капуста»

№ 6/с «Грибы»

срок
реализации —
3 месяца



Новинка в ассортименте сопутствующих товаров!

Детские игры
Серия "Любимая игра"



формат
170x235 мм



24 вида



в пакете
с европодвесом



Квотная
цена
24,21 руб.

Развивающее лото



12 видов

формат
220x240 мм

Заказывайте в АРПИ "Сибирь"!

Уважаемые коллеги!

В этом номере «Прессы в Сибири» мы публикуем доклад Сергея Гаврилова, генерального директора АРПИ «Сибирь», прозвучавший на XX семинаре «Повышение эффективности продаж периодической печати». Из этого выступления вы узнаете, какие изменения произошли в налоговом законодательстве Российской Федерации.

А также на страницах нашего журнала вы найдёте письмо АРПП министру экономического развития и торговли Российской Федерации Э. С. Набиуллиной.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

№ 20 (485) 23 – 29 мая 2011 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
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 18.05.2011 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.

**Устрани причину —
уйдут болезни**

**Спорт и
закаливание**

**Как бороться
с депрессией**

**Говорите старикам
о любви**

**Приступы
отступили**

The image shows the cover of the magazine 'Вестник ЗОЖ' (Vestnik ZOZH), issue № 2 (485) from April 2011. The cover features a large headline 'УСТРАНИ ПРИЧИНУ — УЙДУТ БОЛЕЗНИ' (Remove the cause — diseases will go away) and a photo of a person performing a balance exercise. Other headlines include 'ИССЫВ В НОМЕР О БЛИЗКОМ И ДАЛЬНЕМ' (Issue about the near and the far), 'НЕЗАМЕНИМЫЕ РЕЦЕПТЫ' (Irreplaceable recipes), and 'КАК БОРЬБЫ С ДЕПРЕССИЕЙ' (How to fight depression). The cover also mentions 'Деревенские "морозилки"' (Village 'freezers') and 'История номера' (History of the issue).

НАЛОГОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В 2011 г.

Выступление Сергея Гаврилова, генерального директора АРПИ «Сибирь», на XX семинаре «Повышение эффективности продаж периодической печати».

Уже несколько лет к семинарам АРПИ «Сибирь» я делаю обзор изменений в законах РФ, которые имеют то или иное отношение к нашей деятельности. Каждый раз, когда готовлю презентацию, я прихожу в ужас от количества изменений в наших законах. Постоянно выходят дополнения, уточнения к дополнениям, письма с разъяснениями... И всё это нужно учитывать в работе.

За последние полгода произошло не так уж много значимых для нас изменений, меньше, чем в прошлый раз. Самое важное из них мы уже почувствовали на себе — это рост налогов на фонд оплаты труда. Об этом все, разумеется, уже знают, так что обратимся к другим вопросам.

Вышло письмо ФНС от 06.12.2010 № ШС-37-3/16955, в котором налоговая указывает, что можно уменьшить налог на прибыль на сумму задолженности с истекшим сроком исковой давности. Эта норма актуальна тем, кто работает с оптом, если у них имеется просроченная дебиторская задолженность. Воспользоваться льготой можно, если прошло три года с момента последней сверки. Предыдущий срок в зачёт не идёт.

Следующая информация будет интересна акционерным обществам, где есть «потерявшиеся акционеры». Когда-то при распределении акций в компаниях — потомках «Союзпечати» каждому киоскёру доставался небольшой процент, потом эти акции передавались по наследству, продавались. Сейчас почти в каждом обществе с давней историей есть акционеры, которые потерялись и не получают дивиденды. Раньше налоговая облагала не востребовавшие дивиденды налогом на прибыль, сейчас, согласно ФЗ от 28.12.2010 № 409, они прибылью не являются.

Появились и другие налоговые льготы, утверждённые ФЗ от 28.12.2010 № 395.

При покупке государственного имущества на территории РФ через аукционные торги теперь можно не начислять НДС. С одной стороны цена за счёт этого ниже. С другой — если вы покупаете имущество для перепродажи, то НДС придётся начислить.

Изменился порядок уплаты налога на доходы физических лиц при работе с ценными бумагами. Государство признало, что можно не платить НДФЛ при реализации долей в уставном капитале. Известно, что акции считаются имуществом и при продаже попадают под льготу, которая позволяет не платить налог при продаже имущества, если оно находится у вас в собственности более 3 лет. А доля в уставном капитале раньше считалась не имуществом, а имущественным правом. Следовательно облагалась налогом при продаже. Сейчас разрешили не облагать её налогом, но только при сроке владения свыше 5 лет.



С декабря прошлого года мы имеем право самостоятельно регламентировать срок использования нематериальных активов — программ, интеллектуальных разработок, прав на торговые знаки — и решать, когда мы спишем эти активы. От этого зависит величина налога на прибыль. Но определённый нами срок должен быть не менее 2 лет.

Членские взносы в общественные организации теперь не являются объектом налогообложения при упрощенной системе налогообложения.

Снижены взносы в пенсионный фонд на 2011-2012 годы для предприятий малого и среднего бизнеса, связанных с наукой, производством. Но торговли это не касается, мы платим взносы в полной мере.

Раньше информацию о государственных закупках мы получали из нескольких различных источников. Вышло разъяснение, что официальный источник информации о госзаказах только один — сайт www.zakupki.gov.ru.

Согласно ФЗ от 23.12.2010 № 382 увеличены штрафные санкции за невыплату заработной платы. Если заработная плата не выплачивается частично свыше 3 месяцев — штраф до 120 тыс. рублей. Если не выплачивается полностью, либо предприниматель платит своим сотрудникам меньше прожиточного минимума, штраф увеличивается до 500 тыс. руб. и возможно наказание в виде лишения свободы сроком

до 3 лет. А если из-за невыплаты зарплаты возникли тяжкие последствия, то предусмотрен штраф до 500 тыс. руб. или лишение свободы на срок до 5 лет.

При этом если предприятие не выплачивает налог на доходы физических лиц при начислении зарплаты, то перед государством в этом будет виноват налогоплательщик, то есть сотрудник. Предприятие же является лишь налоговым агентом.

Налоговые инспекции при проверках раньше зачастую не выдавали акты либо материалы, подтверждающие нарушения законодательства, ссылаясь на то, что это документы для служебного пользования. Оспорить в суде документ, который вы не видели, очень сложно. Сейчас есть решение высшего арбитражного суда от

24.01.2011 № ВАС-16558/10, что они не являются документами служебного пользования.

Изменились расчёты оплаты больничных листов по беременности и родам. Раньше в зачёт шел доход за 1 год до беременности, сейчас — 2 года.

Вот таков список основных изменений за полгода. Можно сказать, что мы живём в эпоху перемен.

Далеко не все изменения в законах идут на пользу бизнесу. Но мы делаем всё возможное, чтобы отстаивать интересы отрасли. Надеюсь, издатели присоединятся к нам и поддержат нас, и тогда, возможно, правительство нас услышит.

**Подготовлено к публикации
пресс-службой АРПИ «Сибирь»**

ТЕПЕРЬ В ЦВЕТЕ!

Начиная с № 3/2011 спецвыпуск «777» «Английский кроссворд» выходит с цветным внутренним блоком. В связи с этим изменился издания: вес 1 экземпляра теперь — 59 г, вес пачки — 3 кг.

ИЗМЕНИЛОСЬ НАЗВАНИЕ

Июльский номер журнала «Сабрина. Спецвыпуск» будет называться «Сабрина. Спецвыпуск. Вязание крючком» № 7/2011, вместо заявленного ранее «Сабрина. Спецвыпуск. Вязаная одежда для лета».

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

У газеты «Есть работа. Новосибирск» меняется периодичность выхода. Газета теперь будет выходить 1 раз в неделю по понедельникам.

ВНИМАНИЕ!

В связи с технической ошибкой в выпуске 116 коллекции «Бисмарк» находится вложение выпуска 117. Соответственно в № 117 содержатся детали, которые должны быть в № 116. Для покупателей в № 116 вложена листовка с сообщением об этой технической ошибке.

МЕНЯЕТСЯ ОБЪЕМ

Увеличивается количество полос у газеты «Планета цветов». С № 13 объём издания будет 24 полосы, вес 1 экз. — 50 г, стандарт пачки — 200 шт.

ПРИОСТАНОВЛЕНО

Выпуск журнала «АБВГДейка» приостановлен с № 7\2011.

МЕНЯЕТСЯ ШТРИХКОД

У журнала «Калашников. Оружие, боеприпасы, снаряжение» и его спецвыпусков изменились штрихкоды. Новый штрихкод журнала «Калашников. Оружие, боеприпасы, снаряжение»: 4650060460014.

Действует с № 6/2011.

Новый штрихкод спецвыпуска «Калашников. Спецвыпуск. Немецкий оружейный журнал»: 4650060460021.

Действует с № 2/2011.

Новый штрихкод спецвыпуска «Калашников. Спецвыпуск. Всемирный охотничий журнал Sports Afield»: 4650060470013. Действует с № 2/2011.

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Издание «Друзья по переписке» теперь будет выходить один раз в месяц. С № 2/2011 срок реализации газеты будет составлять 28 дней.

АССОЦИАЦИЯ РАСПРОСТРАНИТЕЛЕЙ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ ОБРАТИЛАСЬ К МИНИСТРУ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Э. С. НАБИУЛЛИНОЙ

Письмо АРПП Э. С. Набиуллиной

Уважаемая Эльвира Сахипзадовна!

Считаем необходимым привлечь Ваше внимание к одной проблеме правового характера, которая возникла с введением в действие Закона РФ № 352-ФЗ от 27 декабря 2009 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». В соответствии с этим законом, как известно, на все акционерные общества Российской Федерации возложена обязанность ежеквартально представлять в регистрирующий орган сведения о стоимости своих чистых активов.

Нам понятна мотивация законодателей, которые руководствовались принципом, согласно которому выполнение этого закона позволит как государственному органу, так и любому заинтересованному лицу контролировать соотношение уставного капитала и стоимости чистых активов акционерных обществ.

Вместе с тем, члены нашей Ассоциации, среди которых значительная часть являются акционерными обществами, справедливо считают, что указанное положение создает дополнительные административные барьеры для коммерческих предприятий, функционирующих в такого рода организационно-правовой фор-

ме, а также ведёт к дополнительным расходам.

Суть проблемы в том, что закон №352-ФЗ от 27 декабря 2009 г. обязывает руководителей акционерных обществ выполнять дополнительные, не имеющие непосредственного отношения к руководству предприятием функции, не требующие к тому же профессиональных знаний, навыков и опыта, которыми обладают топ-менеджеры.

Вместе с тем, в соответствии с установленным порядком, при подаче в регистрирующий орган каких-либо сведений для внесения записей в Единый государственный реестр юридических лиц руководитель акционерного общества обязан лично нотариально удостоверить свою подпись на заявлении установленной формы. За совершение указанного нотариального действия взимается государственная пошлина плюс услуги нотариуса. Кроме того, для совершения данной процедуры требуется представить нотариусу выписку из ЕГРЮЛ, выданной регистрирующим органом, как правило, не позднее 30 дней до даты обращения к нотариусу. Нарушение же данного правила является основанием для привлечения акционерных обществ к административной ответственности в соответствии с частью 3 статьи 14.25 КоАП РФ.

На практике реализация такого порядка приводит к тому, что руководители акционерных обществ несут значительные временные потери (ежеквартальные походы к нотариусу), а сами общества — организационные и материальные издержки (затраты) в виде нотариальных, транспортно-курьерских и почтовых расходов.

По мнению членов нашей Ассоциации, необходимость в дублировании одних и тех сведений просто напросто отсутствует, поскольку информацию о своих чистых активах акционерные общества ежеквартально представляют в налоговые органы в форме бухгалтерской отчётности, годового отчёта, аудиторского заключения.

На основании изложенного, просим выйти от имени Минэкономразвития с законодательной инициативой о внесении изменений в Федеральный закон № 352-ФЗ от 27 декабря 2009 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части исключения обязанности акционерных обществ ежеквартально представлять в регистрирующий орган сведения о стоимости своих чистых активов.

**С уважением,
Председатель правления АРПП
А.В. Оськин**

ПРИОСТАНОВЛЕНО

Выход издания «Найди клад» с 1 июня 2011 г. временно приостанавливается.

ПРИОСТАНОВЛЕНО

Поставка газеты «Наше омское слово» временно приостанавливается с 19 мая 2011 г.

МЕНЯЕТСЯ ФОРМАТ

С № 13 у газеты «Кроссворды и развлечения. Сканворды» меняется формат. Издание будет выходить форматом — А4, объём — 16, вес 1 экз. — 25 г, стандарт пачки — 200 шт.

МЕНЯЕТСЯ ШТРИХКОД

С 5 июня изменяются штрихкоды газет «Моя семья» и «Моя веселая семейка». Новый штрихкод издания «Моя семья» — 9772218526009, «Моя веселая семейка» — 9772218759001.

Ключевая тенденция медиарынка — интеграция традиционных медиа и социальных сетей

**Руководитель
Федерального агентства
по печати и массовым
коммуникациям
Михаил Сеславинский
в выступлении
на расширенном
заседании Коллегии
Минкомсвязи России
подвел итоги работы за
2010 год и обозначил
перспективные
тенденции
медиаотрасли.**

«Журналист-не блогер - это уход в прошлое», - сказал глава Роспечати, приведя в пример опыт лучших журналистов «Комсомолки», «Коммерсанта», «Ведомостей», «РТ», РИА «Новости». Использование возможностей социальных сетей и собственных блогов для активного проникновения в медиaprостранство, по мнению Михаила Сеславинского, стало ключевой тенденцией 2010 года. Она реализуется не только на уровне отдельных журналистов, но и в масштабе корпораций. Так, агентство РИА «Новости» в минувшем году зарегистрировало 17 каналов в Facebook и 9 каналов в TWITTER, а его проект по развитию гражданской журналистики «Ты репортер» стал реальным источником новостной информации.

Еще одна тенденция отрасли - активная социальная работа в СМИ. Произошли существенные имиджевые изменения в эфире каналов ВГТРК. Ребрендинг и объединение каналов в единую семью еще отчетливее обозначили место телеканала «Россия 1» как универсального государственного федерального канала, рассчитанного на самую широкую зрительскую

аудиторию различных социальных и возрастных групп населения. В 2010 году по сравнению с 2007 годом (время начала вещания) вдвое возросла доля аудитории информационного телевизионного канала «Россия 24», а охват аудитории составил 53,3% населения. Несмотря на то, что «безусловным лидером продолжает оставаться развлекательное телевидение», «система государственной поддержки позволила существенно увеличить количество социально значимых программ в телеэфире», - отметил Сеславинский. Глава Роспечати предположил, что рост рынка неэфирных каналов и растущий интерес к ним зрителей приведет к тому, что государство будет активно поддерживать производство и размещение социально значимых программ на таких каналах. Все это, по его словам, свидетельствует о выходе телевидения из кризиса.

Социальная миссия осуществлялась и в Интернете. «Учитывая, что завтрашнее общество - это общество, в котором люди будут учиться на протяжении всей жизни, - отметил руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, - образовательные, познавательные, сайты по интересам, направленные на развитие личности, сайты для социально незащищенных граждан будут нуждаться в поддержке государства». Среди успешно работающих подобных сайтов он назвал «Дружественный Рунет», «Русский путь» (наследие русского зарубежья), «Чтение-21» (продвижение чтения), «Колесо познания» (электронный еженедельник для незрячих пользователей), «Экология и жизнь», «Сайт «Агентство социальной информации».

Глава Роспечати сообщил, что радиоккомпания «Радио России» сохранила позиции ведущей об-

щедеральной государственной радиосети. Общая аудитория радио «Маяк» в 2010 году сократилась на 7%, и практически на треть уменьшился охват слушателей старше 55 лет (хотя возросло число молодежи и слушателей среднего возраста). Михаил Сеславинский призвал задуматься над этой проблемой: «для многих поколений граждан «Маяк» - это их жизнь», - сказал он. Как достижение в области радио был отмечен существенный 11%, рост рекламных доходов относительно 2009 года, который пришел на смену двухлетнему спаду.

Михаил Сеславинский отметил продолжающееся расширение русскоязычного пространства за рубежом. Так, радиостанция «Голос России», сохраняя традиционное коротковолновое вещание, охватывающее аудиторию более чем 160 стран на всех континентах, осваивает новые частотные диапазоны, внедряет современные технологии в производство и распространение программ. В апреле 2010 года под эгидой «Голоса России» было зарегистрировано некоммерческое партнерство «Международное объединение русскоязычных вещателей». «Если учесть, что вот уже 10 лет активно работает «Всемирная ассоциация русской прессы», мы можем сделать новые шаги по развитию русскоязычного пространства», - предположил Сеславинский.

Что касается прессы, то «экономическая модель, основанная на продаже бумажных копий и привлечении рекламы под продаваемые тиражи, пока доминирует безраздельно», - констатировал глава Роспечати. Свои прибыли в будущем издательские дома связывают в основном с рынками рекламы и дистрибуции прессы. Всё чаще говорится о стратегии развития «360 градусов», нацеленной

на охват всех возможных медийных носителей для формирования комплексного пакета рекламных услуг, позволяющего охватить максимальную аудиторию. Однако максимальную прибыль, по словам главы Роспечати, по-прежнему приносит сеть розничной продажи прессы. При этом руководителя Агентства тревожит стагнация рынка подписки на печать. Он предложил Минкомсвязи России, Россвязи и профессиональному сообществу сообща заняться решением этой

проблемы, «чтобы эта услуга была востребована и работала на российскую модернизацию».

Благоприятные изменения произошли на полиграфическом рынке: наметился рост газетной и журнальной продукции. При этом из-за подорожания мелованной бумаги начался перевод печати части российской журнальной продукции на отечественную полиграфическую базу. Однако книг в российских издательствах вышло сравнительно мало. Число экземпляров выпущен-

ных книг и брошюр в расчёте на душу населения снизилось с 5,35 экз. в 2008 году до 4,61 экз. в прошлом году.

В заключение Михаил Сеславинский рассказал о принятом решении о подготовке программы государственной программы по поддержке культуры России и в частности книгоиздания на 2012-2016 годы, которая придет на смену завершающейся в 2011 году ФЦП «Культура России».

Pro-marketing

Роспечать: бумажная пресса не исчезнет

Бумажная пресса не исчезнет, но, возможно, ее станет меньше. При этом уже в ближайшей перспективе система ее дистрибуции должна принципиально измениться, говорится в докладе управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Роспечати.

«Происходящие ныне изменения рынка средств массовой информации отличают два близких по своей природе процесса - цифровизация и конвергенция», - отмечают авторы доклада, распространенного во время заседания секции Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Печать и массовые коммуникации».

По данным доклада, роль и значение цифровых технологий стремительно растут, и привычная информационная картина мира меняется «буквально на глазах».

«Более всего издателей беспокоит проблема обеспечения прибыльности электронных версий своих изданий, которыми потребитель привык пользоваться бесплатно, а также место и роль традиционной печати в будущем», - говорится в докладе. При этом подчеркивается, что эту проблему «пытаются решить все, но внятного ответа на этот вызов времени пока нет».

Информационные потребности

человека серьезно меняются. Считается, что печатная пресса может выдержать конкуренцию с другими СМИ, лишь став их неким подобием - своеобразным мультимедийным навигатором в мире новостей, развлечений, товаров и услуг.

«Все большее проникновение интернета и необходимость сокращения затрат в кризис изменили политику редакций. Границы компетенции их сотрудников стали подвижными, а ньюсрумы превратились в новые формы взаимодействия и управления. Журналистика как профессия стала более требовательной, напряженной и даже стрессовой», - отмечают авторы доклада.

Число штатных сотрудников редакций уменьшилось, и часть их функций передаются журналистским бюро и фрилансерам.

При этом, несмотря на изменения, экономическая модель печатных СМИ, основанная на продаже бумажных копий и привлечении рекламы под реализуемые тиражи, остается доминирующей. Вопрос в том, как долго это будет продолжаться, отмечается в докладе.

«Продвинутые издатели теперь преимущественно планируют развитие на основе мультимедийной стратегии «360 градусов», базирующейся на предоставлении рекламодателю комплексного рекламного пакета, позволяющего охватить любую аудиторию. Поэтому наиболее вероятной перспективой развития прессы в ближайшее время должно

стать умение получать деньги через использование контента в качестве рекламных платформ на любых носителях», - говорится в докладе.

«Ускоряющаяся динамика научно-технического прогресса оставляет мало шансов тому, кто считает, что традиционные печатные СМИ и традиционные системы их дистрибуции останутся неизменными. Бумажная пресса не исчезнет, хотя, вполне вероятно, ее станет меньше», - подчеркивается в заключении доклада.

При этом система дистрибуции традиционной прессы для сохранения позиций на рынке должна принципиально трансформироваться.

По мнению авторов доклада, основными направлениями трансформации могли бы стать: сокращение затрат по всей цепи распространения прессы; оптимизация технологических процессов; существенное повышение эффективности продаж; расширение списка услуг, предоставляемых оптовыми и розничными игроками рынка; расширение взаимодействия с издателями; внедрение новых передовых технологий в отрасли.

В докладе также подчеркивается, что модернизация рынка прессы применительно к требованиям цифровой революции и задачам инновационного развития страны вряд ли состоится без заинтересованного участия государства как выразителя общественных интересов.

РИА новости

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 •

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 Катаеву Денису Сергеевичу (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), 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 рассылки:**
ул. Немировича-Данченко, 104,
здание типографии «Советская Сибирь»,
тел./факс (383) 22-777-67
- **офис:** 630048, ул. Немировича-Данченко, 104, тел. (383) 22-777-67
www.arpi-sibir.ru

Региональные подразделения ООО «АРПИ «Сибирь»

РОССИЯ

- Москва** — Тел. (499) 748-02-12, 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: irkat@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



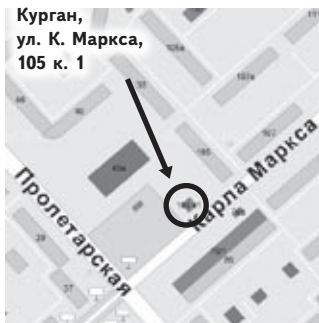
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

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).

ГРУППА ИЗДАНИЙ 777 ПРЕДСТАВЛЯЕТ



«Английский кроссворд»

Особый вид головоломок, решать которые одновременно просто и интересно.

Формат: 185 x 255 мм
Объем: 48 + 4
Стандарт пачки: 50 шт.
Вес 1 экземпляра: 59 г
Вес пачки: 3 кг

«Летний пляж»

Спецвыпуск из серии «Времена года».

Выходит в двух форматах!

Формат: А3
Объем: 56 + 4
Стандарт пачки: 50 шт.
Вес 1 экземпляра: 160 г
Вес пачки: 8 кг

Формат: А4
Объем: 56 + 4
Стандарт пачки: 50 шт.
Вес 1 экземпляра: 86 г
Вес пачки: 4,3 кг



«Рисование по точкам»

Развивающий журнал для детей, основу которого составляют любимые детьми рисунки по точкам.

Формат: 185 x 255 мм
Объем: 48 + 4
Стандарт пачки: 50 шт.
Вес 1 экземпляра: 98 г
Вес пачки: 4,9 кг

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРШ «СИБИРЬ»!



Контроль
подлинности товара
в торговой точке

**КВОТНАЯ ЦЕНА
97 КОП.**

Размер 100x70 мм

Выверенные
пропорции

для заполнения

Матовая бумага

Удобный формат
фасовки —

50 шт. в термоусадочной
плёнке

В пачке — 1000 шт.

Товар включён в программу
«Единая цена».

Вы не платите за доставку!

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ!