



ПРЕССА в Сибири

№ 27-28 (490) 11 • 24 июля 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

МЫ РАДЫ ВАМ СООБЩИТЬ,
ЧТО, НАЧИНАЯ С СЕНТЯБРЬСКОГО НОМЕРА (№9/2011)
ЖУРНАЛ «GLAMOUR»
БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЕН В ПРОДАЖЕ

ОДНОВРЕМЕННО
В ДВУХ ФОРМАТАХ!



ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПРОДАЖ ЖУРНАЛА В ДВУХ ФОРМАТАХ —
23 АВГУСТА 2011 ГОДА

В НОМЕРЕ

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА

ИЮНЬ 2011

•
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

Рецепты бабушки Агафьи

ГАЗЕТА О ЗДОРОВЬЕ,
КРАСОТЕ И ДОЛГОЛЕТИИ

32 яркие страницы, которые
изменяют вашу жизнь



Формат — А4
32 полосы, мел. бумага
Вес 54 г
Стандарт пачки 100
Периодичность —
раз в месяц

В каждом номере — розыгрыш
призов от производителей
натуральной косметики

ИЗДАТЕЛЬСТВО ЭРУДИТ

НОВИНКИ



ЛИСТОВЫЕ КАЛЕНДАРИ В АССОРТИМЕНТЕ



В АКТИВЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА БОЛЕЕ 25 ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ ИЗДАНИЙ. БОЛЬШИНСТВО ИЗ КОТОРЫХ ИМЕЮТ ОГРОМНУЮ ПОПУЛЯРНОСТЬ СРЕДИ ЧИТАТЕЛЕЙ. ИМЕЯ В СВОЕЙ СЕТИ НАШИ ИЗДАНИЯ ВЫ СМОЖЕТЕ УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ СВОЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗЫ В ООО АРПИ «СИБИРЬ»

Уважаемые коллеги!

**Определена дата следующего семинара
АРПИ «Сибирь»! XXI семинар для издателей
и распространителей прессы «Повышение
эффективности продаж периодической печати»
пройдёт в Новосибирске с 20 по 23 октября
2011 г. Начинается подготовка к семинару, и мы
приглашаем вас принять в ней участие. Будем
рады услышать ваши пожелания и предложения
по поводу рабочей программы и культурных
мероприятий.**

**Удачной рабочей недели
и эффективных продаж!**

№ 27-28 (490) 11 – 24 июля 2011 г.

учредитель и издатель
**ООО «Агентство
распространения печати
и информации «Сибирь»**
адрес
**Россия, Новосибирск,
ул. Некрасовича-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 **06.07.2011 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

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Квота	Опт	База	Розница
б	Умняша	↑	2011/14	26,51	28,40	31,90	40,00
г	Азбука вашего здоровья	↑	2011/11	11,47	12,35	13,80	21,00
г	Банзай 2000	↑	2011/31	5,15	5,60	6,20	8,50
г	Вокруг цветов Спецвыпуск.	↑	2011/7	13,56	14,60	16,00	23,00
г	Волшебная грядка	↑	2011/15	8,49	9,15	10,20	15,50
г	Волшебный сад	↑	2011/8	20,52	22,00	24,70	37,00
г	“Газета “Добрые рецепты здоровья”	↑	2011/11	10,42	11,15	12,50	16,00
г	Для дома для семьи	↑	2011/11	15,47	17,35	18,60	24,00
г	Доктор Лекарев	↑	2011/16	11,07	11,90	13,30	20,00
г	Лечебные письма. Календарь Чудотворные и исцеляющие иконы 2012	↑	2011/17/С	19,62	21,05	22,10	29,00
г	Мастер цветов.Спецвыпуск	↑	2011/5	13,71	14,75	16,10	25,00
г	Обереги и талисманы	↑	2011/11	11,11	11,95	13,40	20,00
г	Перекур	↑	2011/31	4,96	5,35	6,00	8,50
г	Рыбалка круглый год	↑	2011/15	12,10	13,00	14,60	18,50
г	Сам смастерил	↑	2011/6	9,20	9,85	11,10	14,00
г	Травник	↑	2011/15	8,51	9,15	10,30	15,50
г	Травник. Спецвыпуск.	↑	2011/8	8,52	9,15	10,30	15,50
ж	Тор Gear	↑	2011/76	106,77	114,55	128,20	195,00
ж	Тор Gear	↑	2011/79	115,31	123,70	138,40	210,00
ж	Тор Gear	↑	2011/82	124,75	133,85	149,70	225,00
ж	Азбука вашего здоровья. Спецвыпуск	↑	2011/6	12,50	13,40	15,00	19,00
ж	Загородные хлопоты	↑	2011/14	9,66	10,35	11,60	15,50
ж	Мистер Самоделкин	↑	2011/8	28,70	30,80	34,50	55,00
ж	Сезон у дачи Спецвыпуск Бесплатная аптека	↑	2011/10	14,38	16,15	17,30	22,00
ж	Сезон у дачи Спецвыпуск Грушевый сад	↑	2011/7	14,38	16,15	17,30	22,00
ж	Сильное звено	↑	2011/10	28,38	30,40	34,10	43,00
ж	Сказка-Раскраска. Спецвыпуск. Автораскраска	↑	2011/16	14,33	15,40	17,20	26,00
ж	Сказка-Раскраска. Спецвыпуск.Для маленьких принцесс	↑	2011/5	13,12	14,05	15,80	20,00
ж	у Дачная энциклопедия	↑	2011/10	14,53	16,30	17,50	22,00

КОЛЛЕКЦИИ ПРОДЛЕНЫ

«Де Агостини» продлевает выпуск коллекций «Золотой глобус» и «50 художников». Запланировано 117 выпусков издания «Золотой глобус» и 70 выпусков издания «50 художников».

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ НОМЕР

Издательство «Юнисервиспресс» выпускает дополнительный номер журнала «Умняша» — спецвыпуск в виде перекидного календаря школьника. Номер выйдет 1 августа. Срок реализации календаря составит 3 месяца.

ПРИОСТАНОВЛЕНО

Приостановлен выпуск изданий «Оракул здоровья» и «Оракул любви».

ВЫПУСКА НЕ БУДЕТ

Выпуск журнала «Мобильные новости» № 7-8/2011 издан не будет. Срок реализации выпуска № 6/2011 продлевается до конца июля 2011 г.

«ЕДИНАЯ ЦЕНА»

Газета «Советский спорт. Футбол» предлагает новые условия поставки! Начиная с выпуска № 26, издание входит в программу «Единая цена», его доставка будет компенсироваться издателем. На газету по-прежнему действует 100 % возврат.

ОБЛОЖКА ОБНОВИЛАСЬ

На обложке журнала *Saveurs* с № 4/2011 появилась русская транслитерация названия.

ИЗМЕНЕНИЯ В ГРАФИКЕ

Меняется график продаж коллекционного издания «Дамы эпохи. Моя коллекция кукол»:

1. Срок реализации № 9 увеличен на одну неделю.
2. Первый день продаж № 10 переносится с 26 июля на 02 августа.
3. Все последующие номера после № 10 пойдут в продажу с двухнедельным интервалом.

Издатель проинформирует покупателей о задержке в выходе № 10 через листовку с анонсом в выпуске № 9 и через сайт.

Пожалуй, лучшие развлекательные журналы из Петербурга!



**Не забывай заказывать
наши журналы по пятницам!**

Зарубежный опыт: АМЕРИКАНСКИЕ СЕКРЕТЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ ЖУРНАЛОВ

На 22 Медиаконгрессе США в течение двух пленарных заседаний и шести тематических семинаров красной нитью проходила тема способов увеличения продаж журналов в эпоху дигитализации. Аудитория в количестве около пятисот человек выслушивала результаты положительных экспериментов в данной сфере и рекомендации маркетологов. Все эти доклады и дискуссии проходили под общим лозунгом «Сила продвижения».

В качестве основных направлений современных промо-акций было использование развернутой системы купонов, которые дают скидку на покупку одного или нескольких журналов стоимостью до 1.5 долларов за экземпляр. В США работает большое количество веб-сайтов, которые предлагают потребителю выбрать интересующий его продукт и самому распечатать купон со скидкой на этот вид товара. Эта система стала активно применяться и на рынке печатных СМИ.

Кроме того, применяются различные форматы онлайн-продаж журналов с возможностью бесплатной доставки их заказчику. С рядом товаропроизводителей заключаются договоры о пакетных продажах журнальной продукции. Например, при покупке пиццы потребитель получает бесплатный журнал.

Большое внимание было уделено привязке продаж журналов к календарным датам или крупным международным и спортивным событиям, например: смерть Майкла Джексона, убийство Бен Ладена, свадьба принца Уильяма, велосипедные гонки в Калифорнии и т.п. Журналы с освещением смерти Майкла Джексона поступили в продажу на шестой день после его гибели и продавались со скидкой 10-15%. Журналы со спортивной тематикой, приуроченные к велосипедным гонкам, дали 200% продаж.

Все большее распространение имеет размещение журнальной продукции в супермаркетах в отделах, реализующих профильную продукцию (спорт, садовый инвентарь, автодело и др.).

Хороший результат дают также мониторы и плазменные экраны, размещаемые в магазинах и дающие актуальную информацию по журнальным новинкам.

На Конгрессе был представлен опыт качественной проработки обложки журналов, готовящихся к выходу в свет. В частности, был представлен подробный доклад о проработке 36 вариантов обложек журнала «Американский ковбой» с различными фотографиями героев, тематиками, дизайном и т.д. Отработка таких версий на фокус-группах позволяет дать максимальный эффект в продажах. Особое внимание было уделено практике использования различных подарков, вручаемых потребителю вместе с журналом. Приводится опыт журнала People, который в своей практике использовал 253 вида подарков для потребителей.

Большое внимание уделялось также технологическим аспектам организации продаж журналов, в том числе применению современных программных продуктов, логистических схем, организации складского хозяйства, маркетинговым инструментам.

Конгресс завершился на оптимистичной ноте. Участники медиафорума, прибывшие на него из США, Канады, Европы, смогли оценить состояние дел в мировой медиаиндустрии и определить пути ее дальнейшего развития.

Пресс-служба АРПП

Сменился издатель журналов «Приготовь» и «Похудей!»

Меняется издатель журналов «Женские секреты. Приготовь» и «Похудей!». Начиная с ближайших номеров, журналы будет выпускать издательский дом «Эдипресс-Конлига».

У журнала «Женские секреты. Приготовь» изменится название. С № 7/2011 издание будет зарегистрировано как «Самая мини. Приготовь», также изменится штрихкод.

Название журнала «Похудей!» сохранится, свидетельство о СМИ будет перерегистрировано на ЗАО

«Эдипресс-Конлига» с № 7/2011. Штрихкод издания изменится.

Вес, формат, объём, стандарт пачек и другие характеристики останутся прежними.

Новый пакет документов будет предоставлен издателем в ближайшее время.

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА

Июнь 2011

Публикуем очередной обзор событий медиарынка, составленный на основании рейтинга новостей сайта MediaGuide.ru.

Центральные и региональные СМИ

Весь июнь оргкомитет национальной премии «Медиа-Менеджер России» знакомил медиасообщество со списком номинантов. В этом году организаторы премии и попечительский совет совместно с благотворительным фондом «Артист» учредили новую номинацию — «За социальную ответственность». Эта номинация позволит привлечь внимание к наиболее социально значимым событиям и акциям последних лет, инициаторами которых выступили участники медиарынка, а также привлечь дополнительный интерес к социальной проблематике и ее освещению в российских СМИ.

2 июня Ассоциация распространителей печатной продукции (АРПП) провела круглый стол на тему «Проблемы реформирования системы распространения печатных СМИ в эпоху цифровых технологий». Участники круглого стола констатировали наличие серьезных проблем в отрасли. Президент АРПП Д. В. Мартынов отметил, что глобальная угроза рынку печатных СМИ со стороны интернета и цифровых устройств осознается всеми. Изменение привычек медиа-потребления приводит к сокращению объемов рынка печати по всему миру. Основное падение печатной продукции связано с сокращением продаж тиражей газет, особенно ежедневных. Однако анализ реализации свидетельствует о масштабном снижении объемов продаж практически по всем сегментам. Снижающийся спрос на периодические издания негативно сказывается на бизнесе распространителей.

TNS Media Intelligence представила отчет по цитируемости российских изданий в эфире телевидения и радио за 1 квартал 2011 года. В

тройку лидеров по цитируемости в 1 квартале 2011 года вошли издания «Известия», «Российская газета» и «Ведомости». По сравнению с аналогичным периодом 2010 года, тройка лидеров изменилась незначительно. Напомним, в прошлом году лидерами стали «Российская газета», «Известия» и «Коммерсант». При этом из рейтинга цитируемости в 1 квартале 2011 «выпали» «Независимая газета», «Коммерсант-деньги» и прекратившие свое существование «Русский Newsweek» и журнал «Д-Штрих». Вместе с тем, появились не вошедшие в рейтинг прошлого года «Вечерняя Москва», журнал «Итоги», «Российская газета-Неделя», «Forbes».

Согласно TNS Media Intelligence, российский рынок рекламы в прессе по итогам января - мая 2011 года показал рост на 15,4 % по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. Динамика доходов на московском рынке была близкой к общероссийским показателям и составила 13,9 %.

Пресс-служба газеты Metro, ссылаясь на все те же данные TNS Media Intelligence, отмечает, что в апреле 2011 года рынок локальной печатной рекламы в Москве и Санкт-Петербурге показал неожиданно низкие результаты: объем размещенной рекламы в Москве вырос всего на 4,8 % по отношению к тому же периоду прошлого года, в Санкт-Петербурге — на 4,0 %. В Москве средние темпы роста рынка в течение последнего года (апрель 2010 — март 2011) составляли 26,6 %, тенденция к снижению наметилась уже в феврале 2011 года (прирост 20,7 % в феврале; 14,9 % в марте). И если в феврале и марте замедление темпов роста объемов рынка происходило в основном за счет сегментов «Рекламные изда-

ния» и «Журналы еженедельные», то в апреле наметилось падение роста и в сегменте ежедневных газет. «Газеты ежедневные» в последнем месяце выросли всего на 5,0 % по отношению к тому же периоду прошлого года. В то время как средние темпы роста в течение последнего года (апрель 2010 — март 2011) составляли 46,5 %, а минимальное значение наблюдалось в январе — 29,8 %. Сегмент «Рекламных изданий» в результате начавшегося в феврале падения, в апреле показал отрицательную динамику впервые за последний год: -2,5 %. В Санкт-Петербурге падение темпов роста началось на месяц раньше, чем в Москве — с января 2011 года. При этом, если в январе прирост составил 8,8 %, то уже в феврале рынок показал отрицательную динамику: -2,6 %. Март оказался более удачным: +6 %, но в апреле мы опять видим снижение роста, до +4 %. Падение петербургского рынка обусловлено в первую очередь снижением темпов прироста сегмента ежедневных газет. Эта категория так же начала снижение в январе 2011 (+10,9 %, в то время как средний прирост за 2010 год составил 38,8 %) и показала отрицательную динамику в феврале (-5,9 %). Кроме того, в апреле уменьшили объемы размещенной рекламы и еженедельные журналы (-2,8 % по сравнению с апрелем 2010).

Отдел маркетинга сети «Деловой квартал» подвел итоги первых 4 месяцев 2011 года на рынке деловой региональной прессы 7 городов-миллионников: Екатеринбург, Казани, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростова-на-Дону и Челябинск. За 4 месяца 2011 года рынок деловых печатных СМИ в этих городах вырос на 19 % по сравнению с тем

же периодом прошлого года. В тройку лидеров по объему рынка вошли Екатеринбург, Новосибирск и Ростов-на-Дону. Наибольший прирост рынка показали Нижний Новгород (78 %), Красноярск (36 %), Челябинск (56 %). Если сравнивать объем рынка деловой региональной прессы по прайсовым расценкам за 4 месяца 2011 года с аналогичным периодом 2008 года, то в целом по 7 городам докризисный объем рынка пока не достигнут и отставание составляет 24 %. Но ситуация разная по городам, так в 2 городах: Казани и Нижнем Новгороде, объем рынка региональной деловой прессы по прайсовым расценкам уже превысил докризисный уровень на 11 % и 14 % соответственно. Можно выделить Ростов-на-Дону, показатели которого максимально приблизились к докризисному уровню.

Обновлен Реестр изданий, сертифицированных Бюро тиражного аудита — ABC. В настоящий момент получены и опубликованы данные за 1-й квартал 2011 г. по газетам «Коммерсантъ» и «Комсомольская правда» (ежедневный и еженедельный выпуски), по журналам «Коммерсантъ-Деньги», «Коммерсантъ-Власть», «625», «Главная книга» «Звукорежиссер», «Техника и технологии кино». В Реестре опубликованы декларации заявленного тиража за 1 квартал 2011 г. московского выпуска еженедельного журнала «Теленеделя Для Всей Семьи», а также бесплатного ежемесячного рекламного журнала «ABC. Ваш гид здоровья, красоты и бодрости», который распространяется в Москве и 40 регионах страны. Таким образом, в Реестр входят 35 федеральных и московских изданий и выпусков и 276 региональных выпусков.

Весь июнь внимание участников рынка было приковано к ситуации, сложившейся в ИД «Известия». 3 мая главред газеты Александр Малютин сообщил, что 60% старой редакции увольняется — частично в связи с переездом, частично по инициативе руководства. Позже сотрудники заявили, что их намерены уволить незаконным путем

— без всех положенных в этом случае выплат. В этой связи в начале июня они устроили акцию протеста и опубликовали открытое письмо, в котором изложили свое видение ситуации. В результате новый глава ИД «Известия» Арам Габрелянов пообещал уволенным сотрудникам выплатить все положенные им по закону компенсации. С этого момента выпускать газету будет ИД «Айныйс», которым также управляет Габрелянов.

30 июня в Екатеринбурге, в ходе межрегиональной конференции «ЕР», президент ОАО «Редакция газеты «Известия» Владимир Мамонтов выразил свою позицию по поводу прихода в редакцию нового руководства во главе с Арамом Габреляновым: «Арам собирается издавать газету на основе современной, медийной структуры, холдинга. Он хочет реформатировать проект, потащить его в светлое будущее. Он человек нового мира. Если у Арама не получится реализовать этот проект, то ни у кого не получится».

Руководством издательского дома Forward Media Group было принято решение о пересмотре проекта «Медведь» и приостановлении выпуска печатной версии. Усилия ИД будут направлены на разработку нового формата мужского издания.

Издательская группа АСТ добилась в суде снятия запрета на издание журнала L'Officiel в России. В ближайшее время АСТ намерена начать выпуск журнала, который отсутствует в продаже уже два месяца. Запрет на выпуск журнала суд принял в качестве обеспечительной меры по иску издательского дома «Парлан» в октябре 2010 года. В апреле того же года французская Les Editions Jalou (владелец бренда L'Officiel) передала права на российскую версию журнала компании «Премьера Медиа» (входит в АСТ) с 2012 год. Теперь «Парлан» планирует оспорить снятие обеспечительных мер.

Издательская группа ARTCOM Media представила новое название журнала Sex and the City. Отныне издание будет называться SNC. Для

представления аудитории нового названия SNC решила выпустить с двойной обложкой. Кроме того, осенью планируется изменить визуальное оформление и формат журнала.

Газета «Из рук в руки» провела комплексный ребрендинг и сменила позиционирование. Издатель газеты, медиа-холдинг «Пронто-Москва», принял решение объединить рекламный контент множества вертикальных изданий под одним брендом. Обновленная газета будет включать в себя разделы: «Недвижимость», «Строительство», «Средства транспорта», «Работа и образование», «Товары и услуги», «Досуг и развлечение», которые будут сброшюрованы в одну тетрадь. Также каждая часть будет распространяться как самостоятельное издание. Таким образом, газета одновременно будет представлена в двух формах — универсальная основная часть и четыре специализированных вертикальных издания. Новые формы выпуска призваны привлечь как массовую аудиторию, так и читателей специализированных изданий, ориентированных на конкретные сегменты. Тиражи всей группы изданий «Из рук в руки» прошли аудит. Общий тираж обновленной газеты «Из рук в руки», сертифицированный аудиторским бюро ABC, составит 215 тыс. экземпляров в неделю.

Журнал «Афиша» в рамках проекта «Что мы наделали: история русских медиа» опубликовал 50 интервью с работниками и создателями новых российских СМИ, охватив период с 1989 по 2011 годы. Журналисты узнали, как создавался «Коммерсантъ», почему Константин Эрнст стал гендиректором «Первого канала» и чем президент России Дмитрий Медведев нравится главреду «Новой газеты» Дмитрию Муратову. «Афиша» также охватила и другие вехи развития отечественных медиа: появление первого глянца (журнал Cosmopolitan), создание первого интернет-издания («Вечерняя Москва»), популяризацию ЖЖ в России.

MediaGuide.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;
 - **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), Бедарева Дарья Александровна (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) 221-93-50,
E-mail: krsn@sibir.su
Иркутск — Тел. (395-2) 54-65-52,
E-mail: irkt@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. 8-914-771-48-81,
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



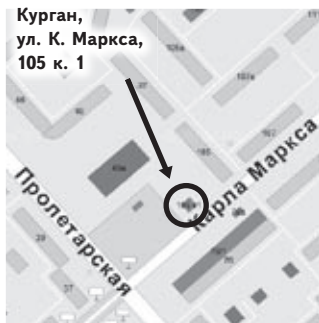
Новосибирск,
ул. Ватутина, 33
(вход со двора)

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).

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРШ «СИБИРЬ»!



Товар включён в программу
«Единая цена».
Вы не платите за доставку!

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ!

МОТОРЕВИЮ

07 (107) июль 2011

сравнение

BMW K1300R / Ducati Streetfighter

KTM 990SMT / MV Agusta Brutale 920



тест

Triumph
Scrambler

demo

Гонконг: new
Arlen Ness & Berik

тест

Германия:
2012 KTM SX

transporter

Toyota
Hilux

ЖУРНАЛ БЕЗ ПУСТЫХ СТРАНИЦ