



ПРЕССА в Сибири

№ 43 (502) 31 октября • 6 ноября 2011 г. www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ГОРОД
МЕДИА



Формат: **A4, 148 полос**

Обложка: **полноцвет**

Внутри: **газетная бумага, ч/б.**

Стандарт упаковки: **30 экз.**

Вес 1 экз.: **~ 180 гр.**

Периодичность: **1 раз в месяц.**

В НОМЕРЕ

XXI СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ»

●
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

СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ!



Издательский дом «Эгмонт Россия» представляет

ДИНОЗАВРИЯ

**Целый динозавр в каждом номере!
Всего за 150 рублей**

**ХИТ ПРОДАЖ
ПО СУПЕРЦЕНЕ!**



Формат: **A4**

Объем:
148 стр.

Периодичность:
1 раз в месяц

100% возврат

Цена
/квота/ **25 00**

Заказ до **07.11.11**

**ТОЛСТЫЙ
СБОРНИК
СКАНВОРДОВ**



**УМА
ПАПАТА**
БОЛЕЕ 1 000 000 ПОКЛОННИКОВ!

**БОЛЕЕ 1 000 000
ПОКЛОННИКОВ!**

Ума палата. **СНОВА ПЯТНИЦА!**

A4 • 100 полос • 4+4

Ума палата. **СПЕЦВЫПУСК**

A4 • 52 полосы • 1+1

Ума палата. **ПОДСОЛНУХ**

A3 • 8 полос • 4+4



Уважаемые коллеги!

Завершился ХХI семинар АРПИ «Сибирь» «Повышение эффективности продаж периодической печати». Его посетили издатели и распространители прессы со всей России, а также из Латвии и Казахстана. Участники семинара послушали обзоры состояния рынка прессы России и Латвии, обсудили на круглых столах особенности распространения периодической печати в киосках и супермаркетах, побывали на экскурсии на складе АРПИ «Сибирь», посетили торговые точки Новосибирска. Отчёт о работе семинара читайте на стр. 3.

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 26.10.2011 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.

**Пусть старость
подождёт**

**Не спешите
ложиться под нож**

**Смотрим в небо
и радуемся**

**«Кирпичики» для
здоровья печени**

**Победите лень
движением**

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Формат	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
б	Путевый. Спецвыпуск 2011/3	↓	20.10.11	74,50	82,80	105,00
гмо	Моя неделька 2011/44	↑	18.10.11	5,10	5,70	7,50
ж	777 Сканворды с парнаса 2012/2012	↑	19.10.11	39,45	43,70	60,00
ж	Добрые советы. Все для семьи 2011/12	↑	18.10.11	11,25	12,50	21,00
ж	Сканворды с картинками 2011/13	↑	18.10.11	19,55	21,40	43,00
ж	Судoku средней сложности 2011/8	↑	18.10.11	7,50	8,30	10,50
ж	Филворды 2011/8	↑	18.10.11	7,50	8,30	10,50
ж	Цифровые сканворды от ПИРАМИДЫ 2011/10	↑	18.10.11	22,25	24,70	32,00
прт	Страна смешариков 2011/2	↑	14.10.11	179,85	199,90	249,00
прт	The CAT Collection. Спецвыпуск 2011/1	↑	25.10.11	335,05	372,30	439,00
г	Крот Японские кроссворды. Лучшее за 10 лет 2012/1	↑	26.10.11	41,25	45,40	85,00
г	Крот Японские кроссворды 2012/1	↑	26.10.11	16,95	18,70	34,00
г	Крот Сканворд 2012/1	↑	26.10.11	16,40	21,60	40,00
ж	“Журнал “GORMITI” 2011/12”	↑	26.10.11	64,00	70,90	95,00
ж	“Журнал “GORMITI” Спецвыпуск 2011/3”	↑	26.10.11	64,00	70,90	95,00
ж	“Журнал “MOXIE Mini” 2011/12”	↑	26.10.11	69,70	77,20	105,00
ж	“Журнал “MOXIE” 2012/1”	↑	26.10.11	70,20	77,80	105,00
ж	“Журнал “Веселые животные” + DVD 2011/12”	↑	26.10.11	84,15	93,30	125,00
ж	“Журнал “Лошадки”. Спецвыпуск 2011/2”	↑	26.10.11	71,50	79,50	100,00
ж	Машинки + DVD 2011/6	↑	26.10.11	77,95	86,60	110,00
ж	Секреты и истории 2011/6	↑	26.10.11	76,65	85,20	110,00

ПОСТАВКА ПРЕКРАЩАЕТСЯ

Поставки журнала «Mobile News Review» прекращаются с №11/2011.

ПРЕКРАЩАЕТСЯ ВЫПУСК

Прекращается выпуск издания «Сканворды под ключ», начиная с № 12/2011.

100 % ВОЗВРАТ

Предоставляется 100 % возврат на издания ИД «Салон пресс»:

- «Идеи вашего дома. Спецвыпуск» с № 4/2011 по № 2/2012
- «Идеи вашего дома» с № 11/2011 по № 2/2012
- «Salon (интерьер)» с № 1/2012 по № 3/2012
- «Квартирный ответ на квартирный вопрос» с № 1/2012 по № 3/2012

ВНИМАНИЕ!

Изменилась форма возврата на журнал «Ocean» № 3. Теперь издатель принимает возврат не обложкой, а фактом. Дата возврата в Новосибирск — 6 ноября 2011 г.

РЕБРЕНДИНГ

ИД «Арт Ком Медиа» провёл ребрендинг журнал «Sex and the City». С октября 2011 года журнал будет называться «SnC». Цена и штрихкод издания не меняются.

НОВЫЙ ФОРМАТ

С 2012 года журнал «Здоровье от Природы» будет выходить в формате 200x267 мм с периодичностью 10 раз в год. Первый выпуск журнала № 1-2/2012 выйдет 20 января 2012 г. Срок реализации № 12/2011 — с 20 ноября 2011 года по 20 января 2012 года.

XXI СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ» СОСТОЯЛСЯ



Состоялся XXI семинар АРПИ «Сибирь» «Повышение эффективности продаж периодической печати».

С 20 по 23 октября участников принимал в своих стенах признанный конференц-центр Новосибирска «Азимут Отель Сибирь». В нём собрались издатели и распространители прессы из Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Смоленска, Кемерово, Барнаула и других городов, а также гости из Латвии и Казахстана.

21 октября на открытии мероприятия с приветственным словом выступил генеральный директор АРПИ «Сибирь» Сергей Гаврилов. Он сделал обзор тем, которые предстоит обсудить участникам семинара, пожелал всем продуктивной работы и передал слово первому докладчику — Константину Вяткину, коммерческому директору АРПИ «Сибирь».

Рабочий день начался с обзора продаж прессы за прошедшие месяцы 2011 года и прогноза на 2012 год. Главный вопрос, на котором сосредоточился Константин Вяткин в своём выступлении, заключён в названии доклада «Есть ли жизнь после партворков?». Рынок коллекционных изданий в денежном выражении продолжает расти, но темпы роста уже не столь впечатляющие, как в предыдущие годы. В 2009 и 2010 годах рост составлял около 70 %, в 2011 году эта цифра по прогнозам снизится до 20 %. Впервые за годы работы с партворками компания АРПИ «Сибирь» получила убыток от продаж коллекции «Дворцы и усадьбы». В Сибири эта коллекция пользовалась низким спросом, и доходы от продаж не покрыли затраты на доставку в регионы и возврат. В традиционной прессе



наиболее стабильные продажи показывают женские издания, а наихудшая динамика у мужских изданий. В завершение своего обзора, докладчик отметил, что в условиях сокращения рынка только совместные действия издателей и распространителей, направленные на сокращение затрат каждого звена и оптимизацию всей системы распространения, могут позволить участникам рынка сохранить свои позиции.

Новые разработки специалистов АРПИ «Сибирь» представил Александр Зайцев, руководитель

группы разработчиков программного обеспечения. Он дал подробное описание системы, созданной специалистами компании на основе «1С: Предприятие 8.2». Программный продукт «1С: Управление продажами. ТНП и пресса» обеспечивает автоматизированное ведение учета товародвижения, использование штрихкодированного оборудования для идентификации объектов учета, автоматизированное формирование отчетной информации, ведение справочников. Участники семинара получили диск с программой, которой смогут воспользоваться на своих предприятиях.

Своим опытом по внедрению программного обеспечения, предназначенного для работы именно с прессой, поделилось Тюменское агентство «Роспечать». Коллеги из Тюмени подготовили видеопрезентацию, в которой рассказали о внедрении технологии штрихкодирования на предприятии. Использование ценников со штрихкодами, информация с которых легко считывается специальным оборудованием, позволило упростить работу с возвратами и сократить время на проведение инвентаризаций.



Возможность познакомиться с опытом зарубежных распространителей прессы участникам семинара предоставил Андрейс Гаранинс, директор департамента продаж «Preses Serviss» (г. Рига). Он рассказал об особенностях рынка СМИ Латвии и отличиях латвийской системы распространения прессы от российской. Компания «Preses Serviss» является крупнейшим дистрибьютором прессы на рынке Латвии, её доля составляет 96 %. Она поставляет печатную продукцию латышских, русских и других зарубежных издателей в киоски и супермаркеты по всей стране, ведёт постоянный мониторинг тенденций

рынка. Система распространения строится на следующем принципе: цены на печатную продукцию фиксированные, они указываются на обложке и это является обязательным реквизитом издания. Распространитель не делает наценок, он получает от издателя скидку от указанной цены. Рынок прессы Латвии, как и российский, по словам докладчика, существует в сложных условиях, ежегодно падают продажи ежедневной прессы, поэтому «Preses Serviss» стремится оптимизировать свою деятельность. Для повышения эффективности работы дистрибьютора активно применяются электронные решения: через сайт оформляются возвраты, производится коррекция заказа и ассортимента. Устанавливается обратная связь с торговыми сетями, которая позволяет постоянно следить за продажами, на топовые издания делается автоматический дополнительный заказ.

Тема оптимизации работы распространителей прессы была поднята и в следующем выступлении Константина Вяткина. Он напомнил коллегам о выгодах аутсорсинга, который позволяет каждой компании сфокусироваться на основной деятельности и представил схему разделения функций на рынке прессы.

Дмитрий Ятченко, руководитель розничных продаж ООО «ТК Пресс» рассказал об эксперименте по распространению ежедневных газет в супермаркетах, который компания провела совместно с издательским домом «Комсомольская правда». В сети, где продавалась газета, произошло увеличение продаж на 5 % больше планового. Но в целом проект оказался убыточным, возвраты на протяжении месяца составляли не менее 50 % от заказа. По словам Дмитрия Ятченко, результаты были предсказуемы, ежедневная пресса сегодня не тот товар, который интересен для супермаркетов.

С традиционным докладом об изменениях в налоговом законодательстве выступил Сергей Гаврилов, он рассказал о поправках в Налоговом кодексе, проектах законов, которые обсуждаются сегодня и нововведениях в уплате ЕНВД. А также особо обратил внимание коллег, что ЕНВД планируется сократить. В 2013 году планируется урезать список видов деятельности, на которые он распространяется, а в 2014 году отменить его.

О своих проектах и запусках рассказали представители издательских домов.

Сергей Алексеенко, генеральный директор ООО «ТДС» представил новый стратегический проект ИД «Bauer Media» — еженедельник «Звёздный час».

Дмитрий Сучков продемонстрировал новинки издательства «Премьера Маркет» — журналы «Фиксики», «Страна Смешариков», «Бакуган. Вселенная игры» и коллекцию магнитов «Бакуган».

Антон Волков, директор по распространению ИД «Sanoma Independent Media» рассказал о зимних номерах популярных изданий и недавно пришедшем на российский рынок журнале «Women's Health».



Завершился первый день работы круглым столом «Киосковая розница», который вёл Александр Лукашев, заместитель генерального директора ЗАО АРП «Фрам» (г. Новосибирск). На круглом столе обсудили три темы: подходы к формированию заработной платы продавца; способы проверки эффективности сети и внешнее оформление киосков.

После окончания рабочего дня издатели и распространители прессы отправились на турнир по боулингу «Сибирский страйк», который подарил им издательский дом «Толока». На турнире выявили чемпионов среди гостей вечера и наградили памятными призами от «Толоки».

Второй рабочий день начался с экскурсии на автоматизированный склад АРПИ «Сибирь». Ежемесячно через складские комплексы группы компаний «Сибирь» проходит до 1100 тонн грузов прямого потока, что составляет порядка 7,5 млн. экземпляров в месяц. Через складской комплекс АРПИ «Сибирь» в Новосибирске проходит около 60% всего товаропотока. Высокое качество обработки прямого и обратного потоков обеспечивается автоматизацией этапов работы, где человеческий фактор чаще всего приводит к ошибкам.

Затем гости семинара отправились на экскурсию по торговым точкам. В Новосибирске и городах спутниках расположено около 800 торговых точек, торгующих прессой: примерно 520 киосков, 270 супер- и гипермаркетов (около 85% из которых обслуживает компания «ТК-пресс»), 20 книжных супермаркетов и 12 магазинов прессы. Издатели и распространители посетили объекты различного формата — магазины прессы, киоски и супермаркеты разного формата.

После экскурсии участники семинара вернулись в отель «Азимут», где состоялся круглый стол, посвящённый торговле прессой в супермаркетах. Роль модератора



и ведущего выполнял руководитель розничных продаж ООО «ТК Пресс» Дмитрий Ятченко (г. Новосибирск). Обсуждение началось с выступления маркетолога «ТК Пресс» Анны Мухамедьяновой, в котором она рассказала о методике формирования ассортимента. Основные цели, которых стремится достичь маркетолог, — это увеличение объема продаж и единообразие ассортимента на типовых торговых точках. Для этого компания проводит исследования результатов продаж по торговым точкам и по номенклатурным позициям. Это позволяет выявить средние показатели для разных изданий и категорий торговых точек и оценить удельную доходность номенклатуры. Удельная доходность учитывается при формировании ассортимента. Также Анна Мухамедьянова отметила, что пересмотр ассортиментных матриц желательно производить каждые 3-4 месяца, при этом количество позиций для ротации составит до 10%.

В ответ об опыте своей компании рассказала Виктория Холодняк, генеральный директор ООО «ЮгМедиаПресс» (г. Краснодар). Она считает, что «хвост», продажи которого не велики, следует не уменьшать, а увеличивать, поскольку широкий

ассортимент обеспечивает рост продаж всех изданий, находящихся на торговой точке, в том числе и топовых.

Следующей темой, которую затронули участники круглого стола, стали бонусы в ритейле в свете нового закона о торговле. Дмитрий Ятченко отметил, что бонусная нагрузка выросла с вступлением закона в силу. С этим столкнулись многие распространители прессы.

Последним пунктом рабочей программы семинара стала приемная АРПИ «Сибирь». Этот формат работы предназначен для решения текущих вопросов, приемная проводилась во второй раз. На этом семинаре, кроме сотрудников АРПИ «Сибирь», в ней приняли участие заместитель генерального директора ЗАО АРП «Фрам» Александр Лукашев и руководитель розничных продаж ООО «ТК Пресс» Дмитрий Ятченко. Они отвечали на вопросы об ассортименте и организации продаж в киосках и супермаркетах.

Заключительным событием стал традиционный банкет, на котором участники отметили «новоселье» семинара АРПИ «Сибирь» и попрощались до следующей встречи.

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

TNS Россия подготовила отчет по аудитории печатных изданий

В последнее время все больше разговоров о том, что рынок печатной прессы чувствует себя не лучшим образом - сегменту так и не удалось выйти на докризисный уровень рекламных доходов, бюджеты постепенно перетекают в другие медиа, а аудитория все чаще предпочитает потреблять печатный контент с экранов компьютеров или мобильных устройств. Компания TNS Россия в рамках исследования National Readership Survey подготовила отчет по объему аудитории печатных изданий.



Основной единицей исследования является AIR (Average Issue Readership) — показатель, используемый при подсчете среднего количества читателей одного номера издания - в абсолютном значении (тыс. чел.) или в процентах от населения. В рейтинге сравниваются данные второй и третьей волны исследования (декабрь 2010-апрель 2011 и март 2011-июль 2011 соответственно).

Широко представленные в сегменте ежедневных газет деловые и общественно-политические газеты - «Ведомости», «Коммерсант», «РБК daily», «Российская газета» - либо стагнировали по аудитории на протяжении означенного периода, либо ощущали снижение аудиторного показателя. Исключение составляет лишь газета «Известия», которая сумела немного прибавить по числу читателей в Москве и Петербурге после переориентации в бизнес-формат. Изданию удалось также существенно улучшить свои позиции в рейтинге цитируемости СМИ.

Популярные ежедневные газеты, наоборот, заметно прибавили за отчетный период. Так, газета Metro, согласно отчету, увеличила показа-

тель по Москве на 0,9%, и достигла отметки в 10,4%, или почти 960 тысяч читателей одного номера. Менее заметный, но все же рост отметил «Московский комсомолец», прибавивший и по России, и по Москве отдельно 0,1%. Один номер этого издания в среднем по стране читают в более 1,084 миллиона человек, причем более половины приходится на столицу.

В сегменте еженедельных газет отрицательную динамику показали и общественно-политические издания, и спортивные, и даже таблоиды. Исключение составил популярный сборник головоломок «777» (значительный рост и в регионах, и в столицах, аудитория одного номера по России — почти 5,2 миллиона человек против 4,96 миллиона за предыдущий отчетный период). Небольшой рост по России продемонстрировала «КП — Толстушка», однако в столицах ее показатели снизились.

Телегиды и еженедельные журналы для женщин за отчетный период ушли в минус (за исключением «ОК!» и «Hello!»), причем в абсолютных значениях наиболее заметное падение пережило самое популярное издание «Антенна-ТелеСемь» - по России снижение составило 0,8%,

с 11 миллионов читателей одного номера до почти 10,6 миллиона. Разнонаправленный вектор по аудитории показали политико-экономические издания: в минус ушли «The New Times», «Ъ-Деньги», «Итоги», «Огонек»; заметно прибавили «Ъ-Власть», «Компания», «Профиль», а также и оба флагмана издательского дома «Эксперт» - журналы «Эксперт» и «Русский репортер».

Глянцевые ежемесячники демонстрируют рост практически по всем тематикам: женские, автомобильные, спортивные, музыкальные журналы, а также издания про путешествия. В числе нарастивших аудиторию — Cosmopolitan, Burda, Elle, Esquire, Marie Claire, Playboy, National Geographic, Top Gear, Rolling Stone и другие.

Хуже всего чувствуют себя мужские издания — снижение показателя AIR отмечено у Maxim, FHM, Men's Health. Бизнес-журнал Forbes при сокращении общероссийской аудитории увеличил число читателей в двух столицах. Флагман издательского дома «Вокруг света» также ушел в минус — и по России, и в столицах.

Sostav.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 мелкооптовой торговли — **цена базовая.**

Размер приобретаемой партии — любой, скидок нет. Возможно резервирование товара под заказ клиента. Обязанности по сбору заявок, слежению за их выполнением и аккуратностью выкупа товара клиентами возложены на продавца точки. Торговля осуществляется на согласованных условиях через ЗАО «АРП «ФраМ».

Дополнительные услуги по просьбе клиента

- предоставление рейтингов продаж изданий в разных регионах;
- консультации по организации оптовой и розничной торговли;
- предоставление рекламной продукции от издателей (плакаты, листовки, стикеры);
- консультации по торговому оборудованию;
- консультации по подбору ассортимента;
- информирование о различных акциях, конкурсах, проводимых издателями.

Получение и доставка товара

Клиент может получать заказанный товар со склада самовывозом, либо товар доставляется почтой, транспортом поставщика или любым другим видом транспорта (автобус, поезд, самолет). Клиенты, получающие товар с доставкой, могут оплачивать доставку по отдельному счету либо получать товар по ценам, в которых учитывается стоимость доставки (формируются индивидуально для каждого клиента в зависимости от региона и способа доставки).

КОНТАКТЫ

С претензиями и предложениями по работе сотрудников обращаться к руководству компании:

Генеральный директор — **Гаврилов Сергей Давидович**

Коммерческий директор — **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), Бедаревой Дарье Александровне (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.

Претензии по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

КОНТАКТЫ

АДРЕСА:

• склад хранения и склад рассыла:

ул. Немировича-Данченко, 104,
здание типографии «Советская
Сибирь»,

тел./факс (383) 22-777-67

• офис: 630048,

ул. Немировича-Данченко, 104,
тел. (383) 22-777-67

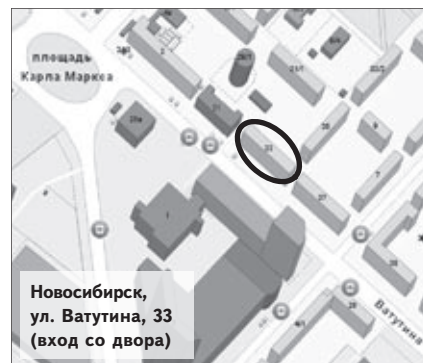
www.arpi-sibir.ru

ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ



Новосибирск,
ул. Ленина, 94

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383) 220-220-1



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

Время работы магазина: с 6.30 до 17.00.
Тел. (383) 346-51-83

Региональные подразделения ООО «АРПИ «Сибирь»

РОССИЯ

Москва — Тел. (499) 748-02-12,
(916) 306-25-22,

E-mail: msk@sibir.su

Пермь — Тел. (919) 499-78-28,

E-mail: perm@sibir.su

Екатеринбург —

Тел. (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) 539-895,

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) 44-34-78,

E-mail: yude@sibir.su

Чита — Тел. (302-2) 44-21-09,

E-mail: chita@sibir.su

Хабаровск —

Тел. (914) 771-48-81,

E-mail: habar.dir@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



Новосибирск,
ул. Линейная, 29

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. 8-913-375-68-00



Бердск,
ул. Островского, 55

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



Искитим,
ул. Советская, 254

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383-43) 2-04-81



Томск,
пер. 1905 года, 6/3

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (382-2) 51-12-04



Омск,
пр-т К. Маркса, 45а

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (381-2) 91-30-88



Курган,
ул. Кирова, 109, ст. 3

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
E-mail: fram-kurgan@arpi-sibir.ru

МОТОРЕВИЮ®

11 (111) ноябрь 2011



сравнение

BMW F800GS

Triumph Tiger 800XC

под прицелом

Honda

VFR1200FD Auto

маршрут

Yamaha XT1200Z

сталкер

ЖУРНАЛ БЕЗ ПУСТЫХ СТРАНИЦ

24 ноября

В ПРОДАЖУ ПОСТУПИТ

ПЕРВЫЙ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ВЫПУСК

Журнала **“Кроссворд для детей”** (01/11)
Красочные картинки! Увлекательные головоломки!

ХОЧУ ЕГО
ДОСТАТЬ!!!



ОН ТАКОЙ
ИНТЕРЕСНЫЙ!!!

В дни зимних каникул волшебный мир сказок
развлечет маленьких читателей и подарит им
праздничное настроение. Ребята смогут
принять участие в призовых конкурсах и
выиграть эксклюзивные подарки от
журнала **“Кроссворд для детей”**!

Наш спецвыпуск, основанный на
результатах маркетинговых исследований, полностью
состоит из отборных и уникальных, интересных и
запутанных головоломок, сканвордов,
викторин с главными героями
самых популярных
детских фильмов и мультиков!

ХОТИТЕ ПРИЗЫ
ПОЛУЧИТЬ?

ХАРАКТЕРИСТИКИ:

Формат: А4 Объем: 68 полос

Вес: 120 г. В пачке: 50 экз.

Цвет: обл. мелов. 4+4, блок офсет 4+4.

Заказ **до 10 ноября**

Срок реализации: 1 месяц



Спонсоры специального выпуска:

