



ПРЕССА в Сибири

№ 44 (503) 7 • 13 ноября 2011 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



ЖУРНАЛ БЕЗ ПУСТЫХ СТРАНИЦ

В НОМЕРЕ

УЧАСТНИКИ РЫНКА СМИ О СОЗДАНИИ МИНИСТЕРСТВА ПЕЧАТИ

•
НОВОСТИ

страница 2–4

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

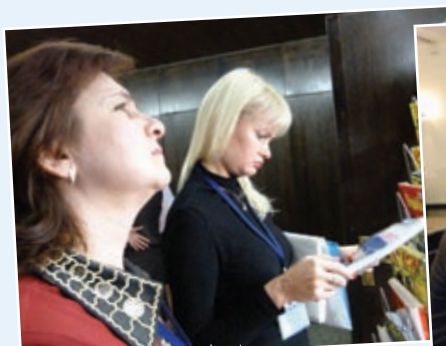
вкладка 1–40

новости отрасли

страница 5–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8



XXI СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ»: ФОТООТЧЁТ

XXI СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ»: ФОТООТЧЁТ



Уважаемые коллеги!

Ассоциация распространителей печатной продукции (АРПП) в открытом письме президенту страны Дмитрию Медведеву предложила создать Министерство печати и массовых коммуникаций. Как эксперты рынка оценивают эту инициативу, вы узнаете из этого выпуска «Прессы в Сибири».

А также на страницах нашего журнал рассказ о том, какова сегодня ситуация со сносом киосков во Владивостоке и как предприниматели пытаются спасти свой бизнес.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

№ 44 (503) 7 — 13 ноября 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 02.11.2011 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
г	Бабушкины рецепты	↑	2012/1	5,60	6,20	9,00
г	Еда. Спецвыпуск.	↑	2011/11/С	26,90	29,90	38,00
ж	Hot Wheels + подарочное вложение	↑	2013/1	112,35	124,30	185,00
ж	StarHit	↑	2012/1	23,15	25,70	32,00
ж	Story. Обыкновенные судьбы необыкновенных людей	↑	2012/2	61,70	68,40	90,00
ж	Topbeauty (mini)	↑	01.12.12	42,25	46,70	70,00
стк	“Набор карточек “Черепашки Ниндзя. Боевая четверка”” “	↑	2011/3	47,15	49,40	85,00

ТИПОГРАФСКИЙ БРАК

Журнал «Маша и Медведь»

№ 11/2011 впервые вышел с вложением — пазлом. В части тиража пазл не разделяется надлежащим образом из-за производственного брака.

Чтобы компенсировать читателям недополученный подарок, в следующий выпуск **№ 12/2011** будет вложено два пазла. Это анонсировано на упаковке вложения в **№ 11/2011**. Также в издание будет вложена листовка с извинениями редакции. А также данная информация размещена на официальном сайте мультфильма и корпоративном сайте «Эгмонт Россия Лтд.».

ПОСТАВКА ПРЕКРАЩАЕТСЯ

С 1 января 2012 года ИД «Столетник» прекращает распространение газеты «Столетник» в оптово-розничных сетях, поставки прекращаются, газета будет распространяться в аптечных сетях Москвы и регионов.

ПОСТАВКИ НЕ БУДЕТ

По техническим причинам поставка изданий «111 новых сканвордов» **№ 22** и «111 sudoku ассорти» **№ 22** осуществляться не будет.

НОВОСТИ ОТ «ЭГМОНТ»

Издательство «Эгмонт» сообщает об изменениях в издательском пакете:

- Прекращается выпуск журнала «National Geographic. Юный путешественник» (последний номер — **№ 12/2011**).
- Прекращается выпуск журнала «Рисуем мультики» (последний номер — **№ 12/2011**).
- Прекращается выпуск журнала «Узнавайка» (последний номер — **№ 12/2011**). Издание будет выходить в виде специальных выпусков к другим журналам Walt Disney.
- Журнал «Дисней для малышей» с **№ 1/2012** будет выходить с подарком-вложением. Новый штрихкод: 4607092441887.
- Журнал «Играем с Барби» с **№ 1/2012** будет выходить с подарком-вложением. Новый штрихкод: 4607092441856.
- Изменяется формат вложений в журнале «Звёздные войны. Войны клонов». С **№ 1/2012** в качестве вложений будут использоваться различные игрушки под брендом Star Wars (ранее были диски с компьютерными играми). В связи с этим изменяется ставка НДС, будет 10 %.

ТИПОГРАФСКИЙ БРАК

ИД «КроссМедиа» сообщает, что издание «Ума палата. Подсолнух» **№ 43/2011** не будет поставлено из-за типографского брака.

УЧАСТНИКИ РЫНКА СМИ — ОБ ИДЕЕ СОЗДАНИЯ МИНИСТЕРСТВА ПЕЧАТИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Ассоциация распространителей печатной продукции (АРПП) в открытом письме президенту страны Дмитрию Медведеву предложила создать Министерство печати и массовых коммуникаций.

«Эта идея обсуждалась участниками рынка уже около года. У нас были сомнения в необходимости такого письма, но на прошедшей в начале октября конференции все окончательно пришли к выводу, что защита и поддержка, необходимые отрасли, не осуществляются в полной мере в отсутствие единого центра принятия решений», — прокомментировал ситуацию председатель правления АРПП Александр Оськин. Согласно письму, «такой орган мог бы обеспечить единство требований и соответствующий уровень решения назревших проблем в области развития современных массовых коммуникаций, цифровых технологий, периодической печати, радио, телевидения, книгоиздания и полиграфии».

«Издание и распространения печати — огромная отрасль с серьезными проблемами. Например, проблема с киосками, которые притесняют по всей России. Если будет создано Министерство печати, то вполне достаточно, если в сферу его деятельности будут входить только конкретные участки отрасли: издание СМИ, распространение печати и реклама. Полагаю, что для того чтобы отрасль заново вздохнула полной грудью и наконец-то уже появилось полное понимание ее значимости для страны — Министерство печати просто необходимо. Именно оно должно способствовать поднятию уровня значимости печатной прессы в целом», — указала советник Председателя Комитета по рекламе и СМИ Правительства Москвы Зара Петрова. По ее словам, на сегодняшний день нужных и важных для этой отрасли решений на уровне власти принимается совсем не много, а «внизу»

они, как правило, не ощущаются и вовсе». «Министерство печати могло бы активизировать эту профильную работу. Однако вопрос его создания требует дополнительного изучения, аналитики и понимания, какие кадры должны прийти и возглавить его», — подчеркнула Петрова.

С ней согласен и Геннадий Кудий, заместитель начальника Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии ФАПМК. «Я считаю, что Министерство печати необходимо», — аналогично прокомментировал он инициативу АРПП: «В его создании есть резон, потому что сфера деятельности огромная — и связь, и культура, и книги, и библиотеки, и полиграфия, и периодика... И все это находится в ведении разных инстанций. Если радио и телевидение каким-то образом входят в отрасль связи, то печать и книги — нет. Если Министерство печати будет создано, то его основной задачей должна стать консолидация обеспечения интересов развития рынка. Прежний опыт работы Министерства печати уже продемонстрировал, что такая схема позволяет меньшими ресурсами и более предметно решать насущные вопросы отрасли».

Президент Межрегиональной ассоциации полиграфистов России (МАП) Борис Кузьмин, также поддержав идею создания профильного Министерства печати, с досадой отметил, что существующее ныне Министерство связи в большей степени занято вопросами электронных СМИ. «И не только оно, такая ситуация повсеместна. По любому вопросу, с каким бы мы не обращались в Минсвязи, мы не то чтобы не получаем адекватных эффективных решений, но даже не

встречаем понимания. Мы, профессионалы своего дела, анализируя ситуацию, видим, что поддержки у нас нет, а все проблемы, которые возникают по линии издательств, полиграфии и распространения, “зависают в воздухе”». По словам Кузьмина, сегодня вся тяжесть решения вопросов данных отраслей легла на плечи общественных организаций. «Но у них нет таких сил и штатов, что бы самостоятельно решать вопросы отрасли», — сокрушенно отметил глава МАП. — «Поддержку и понимание мы находим только в ФАПМК. К сожалению, в нашем правительстве нет понимания того, что печатные СМИ и книгоиздание в обозримом будущем не исчезнут. А то, что сейчас повсеместно продвигается — новые медиа — губит общество, это даже доказывать не нужно. Недаром же в нашем 21 веке возникла проблема, которую мы решить не можем, потому что у нас нет ответственного органа — проблема падения интереса к чтению. На “электронных игрушках” мы же уже потеряли одно поколение, теперь — теряем второе», — сделал неутешительный вывод Кузьмин.

Однако не все участники рынка придерживаются аналогичного мнения. Григорий Кунис, издатель сети газет «Мой район» указал, что «создание новых структур нецелесообразно из-за законов бюрократизации»: «Новое образование должно будет оправдывать свое существование, поэтому его деятельность будет неминуемо наращиваться, даже там, где это не нужно. Чем меньше государство вмешивается в медиаотрасль, тем лучше. Надо идти по пути развития саморегулирования отрасли, а не ее кураторства».

PlanetaSMI.RU

Власти Владивостока по суду получили право сносить киоски

Приморский краевой суд признал право мэрии Владивостока сносить незаконно размещенные ларьки без решения суда, отменив августовский запрет суда первой инстанции.

В рамках кампании по подготовке к саммиту АТЭС-2012 муниципалитет планирует снести до 1 тыс. киосков, это вызывало протесты прокуратуры и предпринимателей во главе с «Опорой России». Бизнес готов к продолжению судебных тяжб, но рассчитывает на диалог с городскими властями.

«Сразу оговорюсь, что мы никогда не выступали на стороне незаконного предпринимательства, в защиту тех, кто не получает разрешения и не платит налоги, — заявил руководитель приморского регионального отделения «Опора России» Игорь Савинов. — Но под кампанию по сносу незаконных киосков попали те, кто выполнял обязательства. Например, компания «Пресс-Экспресс», у которой киоски были вывезены с улицы Луговой и некоторых других мест, причем документы у компании были оформлены правильно. Снесенные киоски были инфраструктурой по обеспечению жителей товарами и услугами. Людей загоняют в торговые сети, лишая удобных магазинчиков».

Скандал вокруг сносимых киосков в столице Приморского края начался летом 2011 года. В конце мая — начале июня предприниматели начали получать предписания о демонтаже построек, а затем киоски и павильоны попадали под снос. К защите интересов бизнес привлек «Опору России», но договориться с властью не удалось. Тогда организация добилась вмешательства Генеральной прокуратуры РФ, представитель которой специально прибыл во Владивосток для проведения проверки. По неофициальным данным, снесено было около 400 объектов, в том числе около 150 объектов малого и среднего предпринимательства. Проверяющие из Москвы нашли только 104 постройки.

В итоге Генпрокуратура не нашла нарушения прав предпринимателей, но посоветовала своим коллегам на местах оспорить в суде документ, которым руководствовались в муниципалитете — положение о сносе самовольных построек. Документ был принят в мае 2006 года, с этого времени пять раз исправлялся, в том числе четыре раза после начала подготовки к АТЭС-2012. В частности, последняя правка предполагает, что киоски для оперативности могут быть снесены за счет городского бюджета, но затем владелец самовольной постройки должен будет компенсировать стоимость сноса. Еще одна правка позволяет сносить постройку не только при отсутствии разрешения, но и в том случае, если объект расположен на не отведенном под эти цели участке. Предполагается, что основная «зачистка» коснется «гостевого маршрута», по которому будут передвигаться участники саммита.

«Муниципальный правовой акт №30-МПА позволяет оперативно принимать решения о демонтаже незаконно установленных объектов, — заявили в пресс-службе мэрии. — Работа проводится для наведения порядка в городе, очистки тротуаров, пешеходных зон, парков, дворов, скверов, обочин дорог, остановок транспорта от самовольно и хаотично установленных конструкций, киосков, контейнеров и других объектов».

В первой инстанции надзорное ведомство победило. Ленинский районный суд Владивостока признал документ незаконным, но он был обжалован мэрией и городской думой, которые принимали положение. Краевой суд удовлетворил кассационную жалобу, отменив решение районного суда. Кроме того, прокуратуре Владивостока отказали в удовлетворении требований в полном объеме.

«Если кассационная инстанция сама приняла решение, указав законность требований, то ее решение имеет законную силу и должно выполняться, — заявил источник, близкий к прокуратуре Приморья. — Но это не означает, что его нельзя обжаловать — обжалование можно провести в президиуме в порядке надзора. Пока трудно сказать, будет ли это сделано: необходимо изучить решение суда, которое поступит в течение нескольких дней».

«Опора России» рассчитывает на урегулирование конфликта с помощью переговоров или продолжения судебных процессов. Игорь Савинов предложил определить места для переноса киосков тех предпринимателей, кто получал необходимые разрешения, выполнял требования закона, платил за аренду участка земли, но «потерял бизнес ради трех дней саммита». С точки зрения Савинова, в этом случае бизнес готов прекратить противостояние.

«Думаю, что решение краевого суда не станет последней точкой, — считает лидер приморского отделения «Опоры России». — Опубликованные планы о сносе тысячи ларьков и киосков — это большее количество предпринимателей и рабочих мест по сравнению с количеством пострадавших за последние месяцы. Наши юристы будут обращаться в суды. Мы будем вести диалог как с местной, так и с федеральной властью. Нельзя допустить уничтожение бизнеса, складывавшегося годами, ради трех дней саммита. Можно собрать предпринимателей, предложить альтернативные места для объектов, обсудить планы развития малого бизнеса. Тогда было бы можно поддерживать действия мэрии».

ФедералПресс

СОСТОЯЛОСЬ ЗАСЕДАНИЕ КОМИТЕТА АРПП ПО СОТРУДНИЧЕСТВУ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ

Дистрибуторы печати и издатели признают — отрасль все больше погружается в пучину проблем, решить которые в одиночку участникам рынка не под силу.

28 октября состоялось заседание Комитета АРПП по законодательным инициативам и сотрудничеству с федеральными органами власти, руководителем которого является генеральный директор ЗАО «Коммерсантъ-Пресс» Игорь Шадрин.

В конференц-зал «Коммерсанта» были приглашены представители издательского сообщества. Главной целью встречи издателей и распространителей стал поиск консолидированных мер, направленных на решение наболевших донельзя проблем.

«Прогресс дошел до такого состояния, что новое поколение просто перестает воспринимать печатное слово. Замечательный пример этого — дети, которые, подходя к оконному стеклу, пытаются пальчиками увеличить пейзаж, как на каком-то модном девайсе...», — такими словами открыл заседание Сергей Кондрашов, генеральный директор ООО «Информбюро» (г. Тверь), и плавно перешел к повестке дня, которая на этот раз более напоминала «Плач Ярославны» и была нацелена на объединение усилий двух неразделимых областей бизнеса: издания и распространения печатных СМИ. Судя по словам спикера, ситуация на этом рынке сегодня как никогда близко приблизилась к рубежу, за которым обе отрасли по отдельности мало что смогут предпринять для дальнейшего процветания. И посему основной целью встречи на этот раз стала совместная выработка идей и предложений, которые,

будь они приняты на законодательном уровне, способствовали бы эффективному развитию медиарынка в стране.

Одной из первых и самых важных проблем, требующих неотложного решения, на первых же минутах заседания была обозначена ситуация с отменой ЕНВД. «Чтобы могло нам сейчас помочь удержаться на плаву, так это, конечно же, сохранение ЕНВД. Переход на общую систему налогообложения заставит дистрибуторов кардинально пересмотреть свой бизнес. Либо “ужаться” во всех отношениях, либо перейти в “серую зону”», — констатировал Кондрашов.

Вторым горьким эпизодом из жизни распространительского сообщества был обозначен закон «О торговле», который демонстрирует совою ориентированность на “обуздание” сетевой торговли в продовольственной сфере». В то время, как рынку нужен комплексный закон по поддержке всех видов торговой деятельности, включая такую социально важную сферу, как продажи печатной продукции. «Мы могли бы вместе добиться от властей внесения в ФЗ “О торговле” уточнения о том, что хотя бы на срок амортизации киосков ни дислокационная схема, ни какие-либо иные действия местных властей не были бы правомочны», — предложил Кондрашов, обращаясь к коллегам.

В продолжение заседания, предвкусывая спор издателей о

судьбе товаров народного потребления в ассортименте розничных точек по продаже печатной продукции, Игорь Шадрин отметил, что «здесь палка о двух концах — либо распространителей нужно освободить от налогов и отдать им бесплатно землю в пользование на 50 лет, либо оставить им право торговать ТНП! Другого способа выживания киосковых сетей не существует».

Продолжая тему Константин Уточкин, генеральный директор ИД «Попутчик Медиа» (Санкт-Петербург) в свою очередь отметил, что «помогать дистрибуции действительно надо и как можно скорее, пока от нее еще хоть что-то осталось...», однако «делать это нужно абсолютно не для того, чтобы киоски прессы торговали ТНП, потому как из-за этого некоторые сети уже превратились непонятно во что». Иными словами, Уточкин выразил готовность всячески поддерживать отрасль дистрибуции при условии, что данный бизнес будет строиться непосредственно на продажах печатной продукции. «Я уже устал слушать, как на профессиональных семинарах идут обсуждения того, как лучше продать тот или иной товар массового спроса. Я предлагаю структурировать количество ТНП. Для каждой конкретной точки оно должно быть разным», — заключил докладчик.

А Юрий Мухтаров, заместитель генерального директора ЗАО Группа «Эксперт», вообще указал, что «проблему ТНП следует

решать во вторую очередь, так как сейчас для отрасли значительно важнее построить конкретную лоббистскую структуру. Предложений по решению проблем отрасли много, а как мы будем их продвигать непонятно».

Мухтаров предложил рассмотреть иные способы торговли прессой, приведя в качестве альтернативного примера систему распространения Германии, где каждый магазин формата «у дома» имеет право торговать газетами и журналами. Однако коллеги наперебой начали возражать нерациональности данного опыта применительно российскому рынку. Так Анна Бочкова, директор по дистрибуции печатных СМИ медиагруппы «Живи», в ответном слове привела в пример опыт продаж прессы в магазинах «Магнолия». «Более или менее в таком формате продаются телегиды, а все остальное просто выносятся по истечении времени на задний двор...», — резюмировала Бочкова. Продолжая тему поиска новых каналов продаж, она предложила присмотреться к европейскому опыту распространения контента через электронные носители, в частности — к технологии печати по требованию. «Совершенно очевидно, что цифровые СМИ будут постепенно завоевывать и укреплять свои позиции. Конечно, этот процесс не будет вулканическим. Пресса еще долго не умрет, хотя бы потому, что Россия велика. Но тенденция понятна», — заключила Бочкова.

Участники заседания согласились с мнением о том, что «до глубинки iPad дойдет совсем нескоро», что «выживать и зарабатывать издателям и распространителям нужно сегодня», и что «цифровизацию СМИ со счетов сбрасывать не стоит». Тем не менее, плавно переходя от освещения одной проблемы к другой, Анна Бочкова заметила,

что в регионах газеты и журналы еще долго будут оставаться одним из основных источников информации. И именно там еще не менее долго будет нужен распространитель, которому не выжить, продавая лишь печатную продукцию, без ТНП.

Наталья Глущенко, директор по распространению ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», вернула собравшихся к заявленной теме дискуссии: «Во-первых, отрасли не хватает лобби. Во-вторых — конкретной формулировки наших проблем и их решений, которые требуется лоббировать. В киосках должны быть и ТНП и пресса. Очевидно, что без «сопутки» розница просто не выживет, если конечно не будет наделена какими-то льготами. Поэтому издательско-распространительскому сообществу просто необходимо лобби для продвижения своих идей. Причем это должны быть конкретные люди, а не общественные организации...».

В свою очередь Уточкин задался вопросом: почему до сегодняшнего дня издательское сообщество не предпринимало попыток поднять свои проблемы на уровень власти? Ответа на вопрос не последовало, хотя все согласились с тем, что ситуация в отрасли дошла до критической точки. Последовало отрицание. От лица Сергея Кондрашова, который обозначил, что общественные организации отнюдь не бездействуют. Например, благодаря их активной работе, в ФЗ «О торговле» была внесена «строчка» о распространителях печатной продукции. Да и Комитет АРПП по законодательным инициативам собрался в этот раз не случайно. «На рынке локализовались точки усилий заинтересованных игроков», — отметил Кондрашов, указав, что нынешнее заседание ставит перед собой задачу аккумулировать мнение представителей

отрасли с тем, чтобы довести его к сведению высших инстанций.

Какие еще проблемы, помимо ЕНВД и представленности ТНП в торговых точках, волнуют рынок?

Участники собрания отметили — налоги. Для всех звеньев издательского и распространительского процессов необходим льготный НДС. Анна Бочкова напомнила, что сегодня «издатель попадает в парадоксальный капкан»: продавая издания по подписке, он оплачивает 10%-й НДС, а через розничные каналы — 18%-й.

Евгений Терemenko, заместитель директора ООО «Торговый дом “За рулем”», отдал приоритет проблеме срока аренды киосков: малые сроки лишают бизнес дистрибутора устойчивости. Они должны быть расширены хотя бы до сроков амортизации киоска — до семи лет.

Так же собравшиеся отрицательно отозвались и об аукционной системе распределения торговых точек в столице. Распространение печати — не тот вид бизнеса, где уместны аукционные схемы, а при распределении торговых мест приоритет должны получать уже существующие на рынке структуры.

Путем долгих аргументированных дискуссий участники совещания достигли взаимопонимания по ряду ключевых вопросов. Игорь Шадрин и Сергей Кондрашов взяли на себя процесс составления предложений по итогам встречи, которые в течение недели будут разосланы участникам рынка. Сформированный список предложений будет вынесен на всеобщее обсуждение, а после окончательного утверждения — направлен в соответствующие законодательные инстанции.

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 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

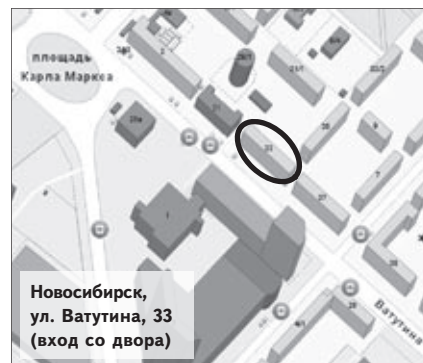
www.arpi-sibir.ru

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

XXI СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ»: ФОТООТЧЁТ



Издательство «Паблик»



«Страна ЗАКОНия»

Получите консультацию юриста не выходя из дома. Подача информации в форме «вопрос-ответ», практическая помощь рядовым гражданам во всех правовых вопросах.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц



«Полезные советы и идеи»

Издание универсального содержания. Семья, дом, быт, досуг.

А-4, 20 полос,
выход 1 раз в неделю



«Кладовая здоровья»

Данное издание – неоценимый помощник для тех, кто любит применять для профилактики и лечения болезней секреты народной медицины.

А-5, 36 полос,
выход 1 раз в месяц



«36,6 - рецепты здоровья»

В этом уникальном издании собраны проверенные временем и практикой лучшие рецепты здоровья народной и традиционной медицины, которые реально помогли многим людям вновь обрести силу и энергию, чтобы жить полной жизнью.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц



«Затейка»

Интересная яркая раскраска окунет вашего ребенка в увлекательный мир красок, творчества и фантазии.

Поможет выявить и раскрыть творческие способности и художественные задатки ребенка.

А-4, 20 полос,
выход 1 раз в месяц



«Грамотейка»

Детский познавательно-развлекательный журнал, каждая страница которого насыщена интересной информацией, расширяющей кругозор юного читателя.

А-4, 36 полос,
выход 1 раз в месяц



Сделай правильный выбор!