ПРЕССА в Сибири

№ 25–26 (524) 9 • 22 июля 2012 г. www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

В ПЕРВОМ НОМЕРЕ ТУШЬ В ПОДАРОК!

Начало продаж 23 августа 2012. С нетерпением ждем заказов до 13.07.12

В НОМЕРЕ

ОБЗОР СОБЫТИЙ МЕДИАРЫНКА (АПРЕЛЬ-МАЙ)

новости
страницы 2–3

прайс, графики заказа и возврата на неделю
вкладка 1–48

новости отрасли
страницы 3–6

правила работы с «АРПИ «Сибирь»
страницы 7–8

Издательский дом «Апельсин»

Чем чаще улыбается ВАШ покупатель, тем лучшее и светлее становится мир вокруг НАС!!!

Мы предлагаем вам проверенное временем лекарство от депрессии!

☺ ☺ ☺

Веселые и недорогие издания, удобный формат (А4), отсутствие даты выхода
(на издании есть только номер)

МНОГИЕ УЖЕ ТОРГУЮТ, НО МЫ ЖДЕМ ВАС!!!

С уважением, редакция издательства «Апельсин»

Чудо-Повар Ёшка

газета для тех, кто ест

№14 (275)

июль 2012 г.

БЛЮДО НОМЕРА

ГРУДИНКА СВИНАЯ ФАРШИРОВАННАЯ

стр. 18-19

ISSN 1994-1544

9 771994 154000 14012

ОТ РЕДАКЦИИ

Уважаемые коллеги!

В выпуске журнала «Пресса в Сибири» мы публикуем обзор событий медиарынка, который расскажет о тенденциях в центральных и региональных СМИ, событиях и новинках апреля-мая 2012 года, развитии рынка рекламы в I квартале текущего года.

Также в номере статья Александра Оськина, председателя правления АРПП, о культе печатного слова, формах и методах продвижения изданий в США и о преимуществах печатных СМИ перед электронными.

И всегда свежие новости изданий и информация об изменении цен.

Удачной рабочей недели и эффективных продаж!

ПРЕССА в Сибири
www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

№ 25—26 (524) 9 — 22 июля 2012 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
А. Р. Ярошевский

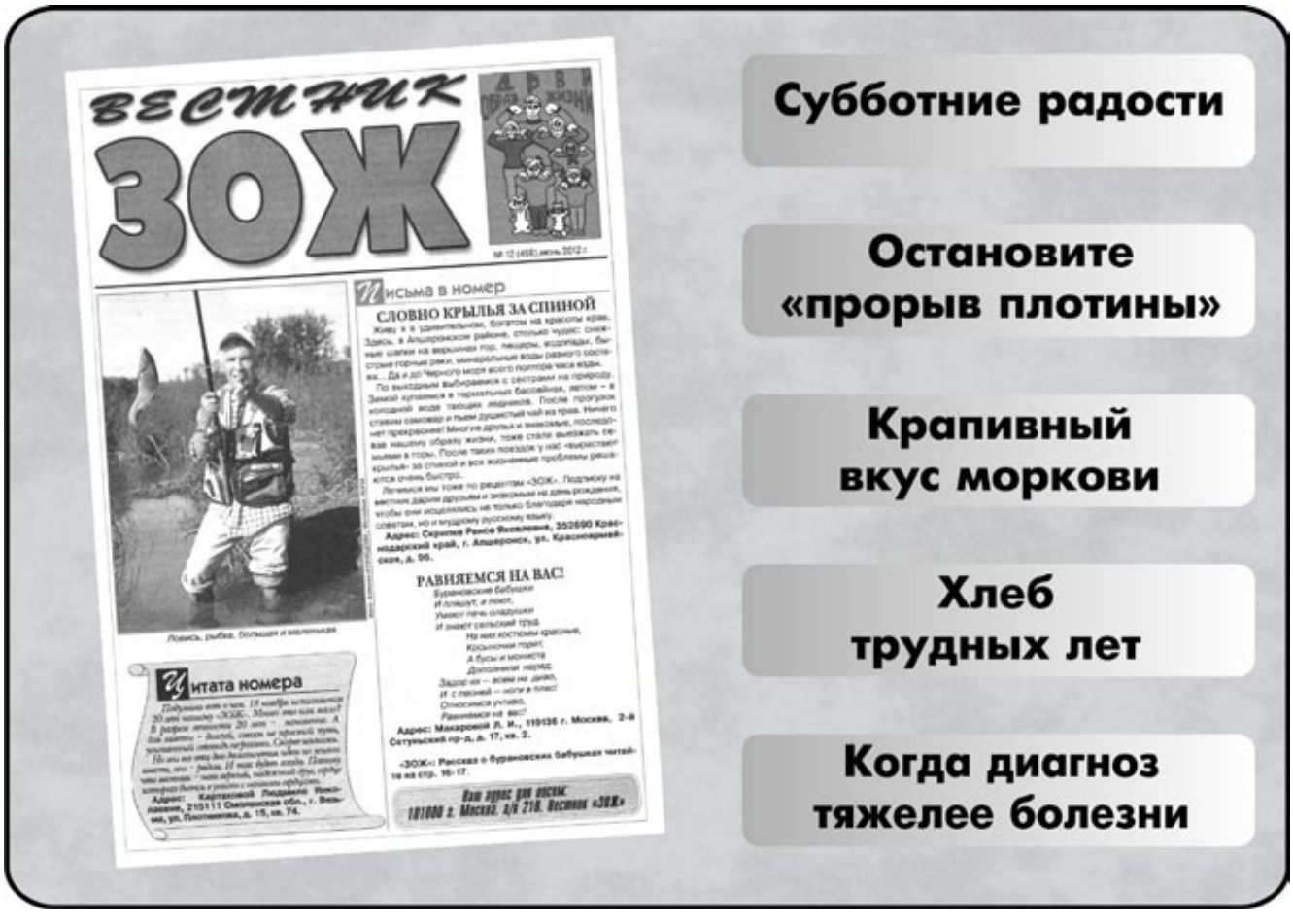
отпечатано в типографии ЗАО **«Медведь Типография»**
Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87
Подписано в печать **04.07.2012 г.**
Тираж 900 экз.

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.



МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
г	Бомба с перцем. Лучшее за месяц	↑	2013/1	22,35	24,70	43,00
г	Лечебные вести Календарь 2013 Любимые чудотворные иконы	↑	2012/17/С	35,80	37,20	50,00
г	Лечебные письма. Календарь Чудотворные и исцеляющие иконы	↑	2013 2012/17/С	22,50	23,60	31,00
г	Моя прекрасная дача Лунный календарь садовода-огородника	↑	2013 2012/9/С	22,20	24,90	32,00
г	Остров сканвордов	↑	2012/29	5,85	6,50	10,00
г	Попутчик Аномальные новости. Спецвыпуск	↑	2012/1	7,00	7,70	10,00
г	Сканворды - Витрина	↑	2012/29	5,85	6,50	8,50
г	Сканворды - Стопудовые	↑	2012/29	5,85	6,50	8,50
г	Сканворды - Ума палата	↑	2012/29	5,25	5,80	8,00
г	Сканворды - Шуры Муры	↑	2012/29	5,25	5,80	8,00
г	Ума палата. А4 Спецвыпуск	↑	2012/8	15,40	17,10	22,00
г	Ума палата. Готовим сами	↑	2012/8	11,95	13,30	16,50
г	Ума палата. МИР КРОССВОРДОВ	↑	2012/8	24,40	27,10	34,00
г	Ума палата. Подсолнух	↑	2012/29	5,85	6,50	8,50
г	Ума палата. Судоку	↑	2012/8	11,95	13,30	16,50
г	Футбол. Спецвыпуск	↑	2012/5	20,20	22,40	31,00
гмто	Авторынок. Томск	↑	2012/26	26,90	24,90	37,00
гмто	Рынок Недвижимости Томска	↑	2012/27	26,90	24,90	37,00
ж	Marie Claire	↓	2012/130	69,05	76,30	95,00
ж	Marie Claire Travel	↓	2012/130	54,40	59,90	75,00
ж	ВКУСНО жить легко!	↑	2012/4	18,35	20,40	27,00
ж	Женские истории.Откровенные, душевные, правдивые	↑	2012/1	11,95	13,20	20,00
ж	Меню. Худеем правильно	↑	2012/3	79,10	87,80	110,00
ж	Похудей.Спецвыпуск	↑	2012/2	15,80	17,50	24,00
ж	СамаЯ mini.Приготовь.Спецвыпуск	↑	2012/3	15,80	17,50	24,00
ж	Ума палата. Бегемот	↑	2012/8	37,50	41,60	55,00
ж	Ума палата. ЁЛКИ - ПАЛКИ	↑	2012/4	41,85	46,50	60,00
ж	Ума палата. Коллекция сканвордов	↑	2012/5	62,80	69,80	90,00
ж	Ума палата. Снова ПЯТНИЦА!	↑	2012/8	31,95	35,50	44,00
кат	Каталог Estetica	↑	2012/3	232,10	257,80	380,00
прт	Балет. Лучшее на DVD	↑	2012/24	172,10	191,30	215,00
прт	Дамы эпохи. Моя коллекция кукол	↑	2012/35	246,50	273,90	345,00
прт	Дом мечты	↑	2012/42	177,50	197,30	225,00
прт	Животные на ферме	↑	2012/28	180,20	200,30	235,00
прт	Занимательные головоломки	↑	2012/12	252,00	280,00	300,00
прт	“Корабль адмирала Нельсона “”Виктори”” “	↑	2012/27	174,80	194,30	225,00
прт	Куклы в народных костюмах	↑	2012/14	246,50	273,90	315,00
прт	Монеты и банкноты	↑	2012/24	173,90	193,30	225,00
прт	“Папка Корабль адмирала Нельсона “”Виктори”” “	↑	2012/июль	179,35	199,30	235,00
прт	Шахматы Гарри Поттер	↑	2012/28	174,80	194,30	245,00
прт	Шедевры мировой литературы в миниатюре	↑	2012/23	146,60	162,90	195,00

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

ИЗМЕНИЛОСЬ НАЗВАНИЕ

Название журнала «Самая mini» было дополнено новым слоганом «Женские советы». Сентябрьский номер журнала (09/2012) выйдет в свет с измененным названием — «Женские советы. Самая mini».

ИЗМЕНЕНИЕ ГРАФИКОВ ВЫХОДА

Очередной номер газеты «Сто советов» (№ 8/2012) выйдет в свет в августе, а следующий выпуск газеты «Будьте здоровы и любимы» (№ 4/2012) — в октябре.

Обзор событий медиарынка

Апрель — май 2012

Из обзора Вы узнаете:

— какие тенденции протекают в центральных и региональных СМИ;

— какие новинки появились на медиарынке;

— как развивается рынок рекламы в 2012 году;

— при помощи каких проектов различные СМИ пытаются удержать свою аудиторию и завоевать новую.

Центральные и региональные СМИ

Бурное развитие цифровых технологий приводит к поиску новых форм доведения контента СМИ до конечного потребителя информации. Концерн Hubert Burda Media, «Издательский дом «Бурда» и фонд «Сколково» провели в Москве конференцию Digital Life Design, посвященную развитию цифровых технологий в мире.

Цифровая конференция DLD собрала более 900 гостей из США, Израиля, Германии, России и других стран. Основатели конференции Digital Life Design отметили значимость данного события, которое направлено на укрепление сотрудничества иностранных и российских компаний. Все спикеры конференции поддержали эту мысль и неоднократно подчеркнули перспективность российского рынка для разнообразных digital-проектов.

В 2011 году было зарегистрировано более четырех тыс. новых печатных СМИ. Роскомнадзор представил доклад по итогам работы прошлого года. Согласно представленным в нем данным, по состоянию на 1 января 2012 года в российском реестре средств массовой информации общее количество зарегистрированных СМИ составило 89 173, из них печатных — 65 596, электронных — 15 694, сетевых — 6220, информационных агентств — 1663.

Новых СМИ в 2011 году было зарегистрировано 6435. И большая часть из них — в сегменте печатных СМИ: их число составило 4193, тогда как электронных — 1053, сетевых — 1028, ИА — 161.

Минфин России поддержал законопроект, касающийся изменений налогового законодательства, регулирующего порядок списаний печатных СМИ и книжной продукции. Он позволит издателям списывать до 20 % нераспроданных тиражей. Пакет документов по изменению законодательства в области печатных СМИ был подготовлен Гильдией издателей периодической печати (ГИПП) вместе с ведущими издательскими домами.

«Тираж — рекорд года 2011». 12 апреля 2012 года в конференц-зале «Зимний сад» отеля «Савой» состоялась церемония вручения ежегодной премии «Тираж — рекорд года 2011» Национальной тиражной службы. Две тиражные службы НТС и АБС (новая тиражная служба, работающая под эгидой ГИПП) борются за влияние на рынке периодической печати. Конкуренция между этими службами способствует более объективной

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

ОТМЕНА ВЫХОДА

Выход газеты «Оракул. Невероятные истории наших читателей» № 03/2012, 04/2012 отменяется. Вместо этих выпусков в свет выйдут 24 и 26 номера журнала «Оракул. Лучшее и неопубликованное».

ПРЕКРАЩЕН ВЫПУСК

Прекращен выпуск газеты «Земля, сад, огород (для сибирских садоводов)» с № 7.

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Газета «Дарья. Филворд» с № 7/2012 будет выходить 1 раз в 2 недели, а издание «Большая книга сканвордов» с № 2/2012 — 1 раз в 3 месяца.

информации для рекламодателя на рынке СМИ.

На 25 % (с 196 600 до 147 300 человек) упала московская аудитория правительственной «Российской газеты».

«Экономика и жизнь» подтвердила свои лидерские позиции. Газета заняла 2 место в рейтинге самых цитируемых медиаресурсов финансовой отрасли.

Прошла очередная встреча Делового клуба ИД «Экономическая газета» «Женщины будущей России». В программу деловой части вошли: интерактивный мастер-класс «Женский стиль в бизнес-отношениях. Реконструкция бизнес-ситуаций», ставший продолжением серии семинаров «Практика успешного бизнеса», выступления известных модельеров и дизайнеров на темы «Бизнес и мода» и «Дресс-код в деловом интерьере» с показом коллекции моделей.

Издательский дом Axel Springer пошел на интересный творческий эксперимент, решив представить в ставшей уже регулярной «Золотой коллекции» «Биографии» лучшие интервью главного редактора ОК! Вадима Верника. Номер получился ярким, насыщенным, с разнообразной палитрой знаковых, легендарных героев нашего времени: Людмилой Гурченко, Элиной Быстрицкой, Ренатой Литвиновой, Сергеем Безруковым, Дианой Вишневой, Оксаной Акиньшиной и другими.

Shopping Guide «Я Покупаю» выходит на международный рынок. В апреле 2012 года ИД «Абак-Пресс» и Astarta Media Slu (Барселона) подписали договор о начале выпуска журнала в Испании и Андорре. Теперь сеть изданий охватывает 27 ведущих городов России, солнечное испанское побережье Каталунии, с центром в Барселоне, а также Андорру, страну беспошлинного шопинга и горнолыжного туризма. С этого момента началась новая веха в истории развития сети Shopping Guide «Я Покупаю» — издание может смело носить статус «международного». Совокупный разовый тираж журнала составит более 300 тыс. экземпляров. Первый номер Shopping Guide «Я Покупаю. Испания-Андорра» выйдет в свет уже летом 2012 года.

Слияния и поглощения

Издательство «Эксмо» собирается поглотить основного конкурента — группу «АСТ».

Операция «тянет» на 400 млн долларов. Руководители издательств пока воздерживаются от комментариев, но кулуарные разговоры о грядущем слиянии усиливаются.

По словам литературного агента Юлии Гумен (агентство «Гумен и Смирнова»), слияние двух крупных корпораций ударит прежде всего по авторам-новичкам и «середнячкам», издающимся общими тиражами до 10 тыс. экземпляров.

Акционеры Facebook сливают акции компании. Крупнейшие инвестфонды, владеющие акциями Facebook, в том числе Goldman Sachs (один из андеррайтеров), Accel Partners и Digital Sky, сразу после IPO продадут значительные пакеты акций социальной сети на общую сумму около 2,68 млрд долларов, — сообщило агентство Bloomberg. Примеру организаторов размещения, видимо, последуют топ-менеджеры ближайших конкурентов Facebook: от акций хотят избавиться основатель Linkedin Рид Хоффман и президент Zygna Марк Пинкус. Сократить присутствие в акционерном капитале сети планирует также Microsoft. Все эти продажи говорят о неуверенности акционеров в быстром росте компании, иначе какой смысл вообще что-то продавать, — сокрушаются аналитики.

Новые проекты

Вышел первый номер газеты «Еженедельник Metro — Омск». Он будет выходить по средам тиражом 80 тыс. экземпляров. Это уже второй в сибирском регионе еженедельник Metro, вышедший в этом году в партнерстве с медиагруппой «ДиМарк». Ранее в марте 2012 года аналогичный проект стартовал в Новосибирске.

Научно-популярный канал из портфолио Discovery Networks Ceemea проводит ребрендинг. Смена имиджа будет сопровождаться запуском в эфир сразу нескольких ярких премьер, главной из которой станет программа «Фантасты-предсказатели». Она посвящена развитию технологий, а в работе над ней принял участие режиссер с мировым именем Ридли Скотт. Кроме того, зрители увидят программы «Больше, лучше, быстрее, сильнее» и «Переделки Хэкетта», а также новые выпуски популярных шоу «Сквозь кротовую нору с Морганом Фрименом» и «Сумасброды» с Кэри Байрон.

Новости рынка рекламы

Комиссия экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России подвела итоги развития рекламного рынка России за I квартал 2012 года. Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС составил около 62 млрд рублей, что на 14 % больше, чем за аналогичный период предыдущего года. Фактически все сегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику к показателям I квартала 2011 года.

Появилась новая рекламная сеть. Компания «Поисковые технологии» объявила об открытом тестировании автомобильной рекламной сети DriveNetwork. С появлением DriveNetwork, чья аудитория формируется при партнерстве с популярными и авторитетными автомобильными порталами (avto.mail.ru, avto.vest.ru, msn.avto.ru и др.), клиентам сети становится доступен тематический трафик, что автоматически повышает эффективность отраслевых рекламных кампаний.

Mediaguide.ru

E-book — слово не печатное

Александр Оськин, председатель правления АРПП, о культе печатного слова, формах и методах продвижения изданий в США и о преимуществах печатных СМИ перед электронными

Я три дня работал на американском конгрессе в Балтиморе. И здесь в разных вариантах звучала одна мысль, что печатная пресса в США имеет будущее, и прежде всего — журналы. Здесь даже приводились факты об увеличении продаж печатки, наблюдающихся в последнее время. Один из докладчиков утверждал, что будущее «цифры» — в печатке.

Американские издатели и дистрибуторы всегда были оптимистами. Наблюдая за их деятельностью уже несколько лет, я убеждаюсь, что в самые кризисные годы они находят позитив и концентрируются на модернизации своего бизнеса и адаптации его к новым условиям. Похожие процессы наблюдаются в Канаде.

Что полезного для нас в сегодняшней позитивной эйфории на рынке печатных СМИ североамериканского континента? Прежде всего — культ печатного слова, поскольку, по их убеждению, журнальная продукция уже стала неотъемлемым атрибутом человеческой цивилизации. В качестве курьезного примера здесь приводились случаи, когда молодые люди, покупающие последнюю модель iPad, после этого подписываются на печатный журнал по обучению работе с планшетниками. Показательны и последние опросы читающей аудитории, среди которой только 9 % готовы полностью отказаться от печатной версии журнала в пользу цифровой.

Поэтому современная журнальная продукция в США в качестве основного тренда развития выбрала движение навстречу своему читателю. Показателен в этом смысле новый фрактальный подход, означающий на практике выпуск журналов для очень маленьких групп читателей, выделяющихся из большого массива. Примером такого журнала является издание для лиц, путешествующих с домашними животными на транспорте (стартовый тираж — пять тыс. экземпляров). Ниша оказалась небольшой, но устойчивой — тиражи издания растут год от года. Но есть в Америке и примеры массовой журнальной продукции. Таковым является журнал Family Circle: тираж его бумажной версии — четыре млн экземпляров, количество друзей на Facebook — более 400 тыс., фолловеров в Twitter — 100 тыс. Такая рекордная популярность издания объясняется его ориентацией на семейное чтение, семейный круг.

На американском рынке очень сильны различные формы продвижения изданий, их рекламы в сетях распространения, промоакции, привязка к сезонным продажам и различным общественно-политическим событиям.

А вы видели в каком-нибудь российском супермаркете стойку со спецвыпуском еженедельников, посвященных победе России в чемпионате мира по хоккею? Ничего подобного, победа есть, но отечественный издатель и отечественный ритейл никак не использовали это событие для увеличения продаж печатных СМИ. А по американским данным, печатка в магазинах самообслуживания занимает 4 % торговых площадей, а дает 12 % оборота магазина. Кроме того, здесь используют так называемые кросс-продажи, когда журнал продается вместе с бутылкой вина или упаковкой ветчины — в этом случае цена на пакет получается значительно ниже. Такая форма выгодна и производителю, и ритейлу.

Еще одно интересное явление на американском рынке — появление «буказинов», то есть книжек-журналов. Это, по сути, сборник журнальных статей под одной обложкой, такой продукт здесь дороже журнала, но дешевле книги и расходится, как «горячие пирожки».

На конгрессе прозвучал интересный лозунг: цифровые СМИ уничтожат лишь те издания, которые не смогут адаптироваться к новым условиям, и с этим выводом нельзя не согласиться.

В России активно представлено «похоронное бюро экспертов», которые давно и упорно ставят крест на печатных СМИ. Все разговоры о смерти печатки, безусловно, сильно преувеличены. Бумажная пресса, особенно журналы и книги, как комфортный продукт для человека и зона информационного доверия будут иметь, на мой взгляд, долгую и счастливую жизнь, но, конечно, не в тех гигантских масштабах, какие мы имели в России. Материализация виртуального мира на реальном носителе, в данном случае бумажном, разумеется, имеет для человека большое психологическое значение. Можете ли вы себе представить Конституцию или Библию, представленную на планшетнике?! И как в таком случае приносить клятву на верность стране и Богу?!

Американский конгресс издателей и дистрибуторов подтвердил необходимость симбиоза цифры и бумаги в наиболее удобной для человека пропорции и реализации.

Поэтому можно с уверенностью сказать, что e-book — слово не печатное, а Книга — вечна.

Блог Александра Оськина

Геннадий Кудий: Лицом к печати

Геннадий Кудий, заместитель начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, о современных проблемах отрасли печатных СМИ в России.

Пресса и Интернет

У меня стойкое ощущение, что мы теряем пространство во многом по своей вине. Чрезмерно увлекаемся всякими новомодными вещами. Это касается Интернета, сайтов, сетей. Можете ли вы сказать, является ли сейчас хотя бы одно интернет-издание прибыльным? Я лично таких не знаю. Даже у самых продвинутых доля интернет-рекламы составляет 10—20%.

Говорят, что реклама уходит в Интернет. Кто у нас это считал, особенно в газетах малых городов и районов? Журналы, газеты — товар востребованный, но инвестиции туда не идут. Почему? Потому что идет пропаганда: вы умрете через пять, через десять лет. Это надо опровергать. Печатная пресса имеет свои преимущества, как имеет свои преимущества бумага, которую никакой электронный носитель заменить не может.

Розница

Мы теряем подписку, распространение прессы в розницу. По всей стране идет борьба с газетными киосками. То шаурма наступает «на пятки» киоскам, то проявляют инициативу местные власти. В Саратове подобное сражение идет почти год. Подпольно сносят киоски, подпольно их убирают. Никто этим не занимается. Недавно предприниматели-распространители периодики заявили: «Мы обольем себя бензином и сожжем у саратовской администрации». Хотелось бы, чтобы газеты не приравнивали к шаурме и давали распространителям преимущество в расположении, выделении земли, подключении электричества.

Проблема еще и в том, что в киосках ассортимент мал по сравнению с тем, сколько выпускается. Должно быть значительно больше наименований. В супермаркете — еще меньше, глянец вперемешку с кроссвордами. Можно, например, продавать журналы по здоровью в аптеках, круглосуточных магазинах.

Нужно решить вопрос с тем, что пресса — это социально значимый товар. Если нет — то мы просто сотрясаем воздух.

Подписка

На сегодняшний день фиксируется очень небольшое падение почтовой подписки. В пределах 1,5—2 % ежегодно. Около трех млрд рублей государство ежегодно выделяет почте России. Вроде бы цены на подписку не поднимаются. С другой стороны, сколько у нас подписка сегодня в доходах занимает, если рынок посмотреть? Мало.

Есть мировой опыт. Возьмем ту же Америку: 80 % прессы распространяется по подписке. Остальное завозят в супермаркеты: возьмут — не возьмут. Оставшуюся часть дорабатывает улица.

Там почта на подписке тоже несет большие потери, но шесть-восемь млрд долларов, которые набегают на этих потерях, почте государство гарантированно возвращает.

Концепция развития периодики

Давным-давно Федеральное агентство, журналистское сообщество, издательское сообщество работают над концепцией развития печатных СМИ страны. И такая концепция создана.

Она обнародована, даже внесена на большие консультации в Минфин, и даже кое-чего удалось достичь. В ноябре прошлого года эту концепцию рассмотрела Общественная палата РФ.

Есть много проблем, которые и денег у государства не требуют. Они требуют политического решения, типа того же списания возврата.

Нет нашей единой работы над конечным результатом. В этом отношении нам всем надо поучиться у Интернета.

Давайте повернемся лицом к своей отрасли. Печать — это большой интеллектуальный и экономический потенциал. Давайте совместными усилиями пробивать те решения, которые очевидны, но которые у нас пока не получаются.

Журналистика & Медиарынок

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 транспортного отдела) 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), Ярошевскому Александру Ростиславовичу (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

Региональные подразделения ООО «АРПИ «Сибирь»

РОССИЯ

Москва — Тел. (499) 748-02-12, (985) 229-51-48,
E-mail: msk@sibir.su
Екатеринбург — Тел. (904) 540-09-12,
E-mail: eburg@sibir.su
Тюмень — Тел. (345-2) 46-55-15,
E-mail: tumenrp@arpi-sibir.ru
Омск — Тел. (381-2) 539-895,
E-mail: omskdir@sibir.su
Красноярск — Тел. (391) 221-93-50,
E-mail: krsn@sibir.su
Иркутск — Тел. (950) 129-45-06,
E-mail: irkt@sibir.su
Улан-Удэ — Тел. (301-2) 44-34-78,
E-mail: yyde@sibir.su
Чита — Тел. (302-2) 44-21-09,
E-mail: chita@arpi-sibir.ru
Хабаровск — Тел. (914) 771-48-81,
E-mail: habar.dir@sibir.su

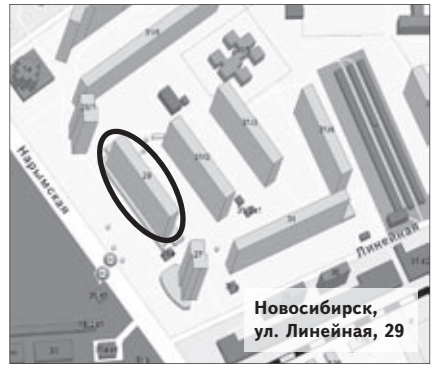
КАЗАХСТАН

Алматы — Тел. (727-2) 50-34-25,
E-mail: presst.dir@sibir.su
Петропавловск —
Тел. (715-2) 36-49-36,
E-mail: presst.petr@sibir.su
Павлодар —
Тел. (718-2) 54-36-99,
E-mail: presst.pavl@sibir.su

ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ

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

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

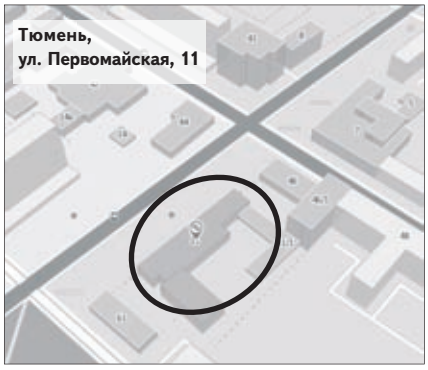


Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. 8-913-375-68-00

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

Время работы магазина: с 7.00 до 16.00.
Тел. (383-43) 2-04-81

Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (382-2) 90-03-70



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (3452) 55-23-70

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

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

«Газетный мир» представляет:

КАЛЕНДАРИ НА 2013 ГОД

Более 140 наименований

Различная тематика: природа, кошки, собаки, кулинария, здоровье, сад-огород...

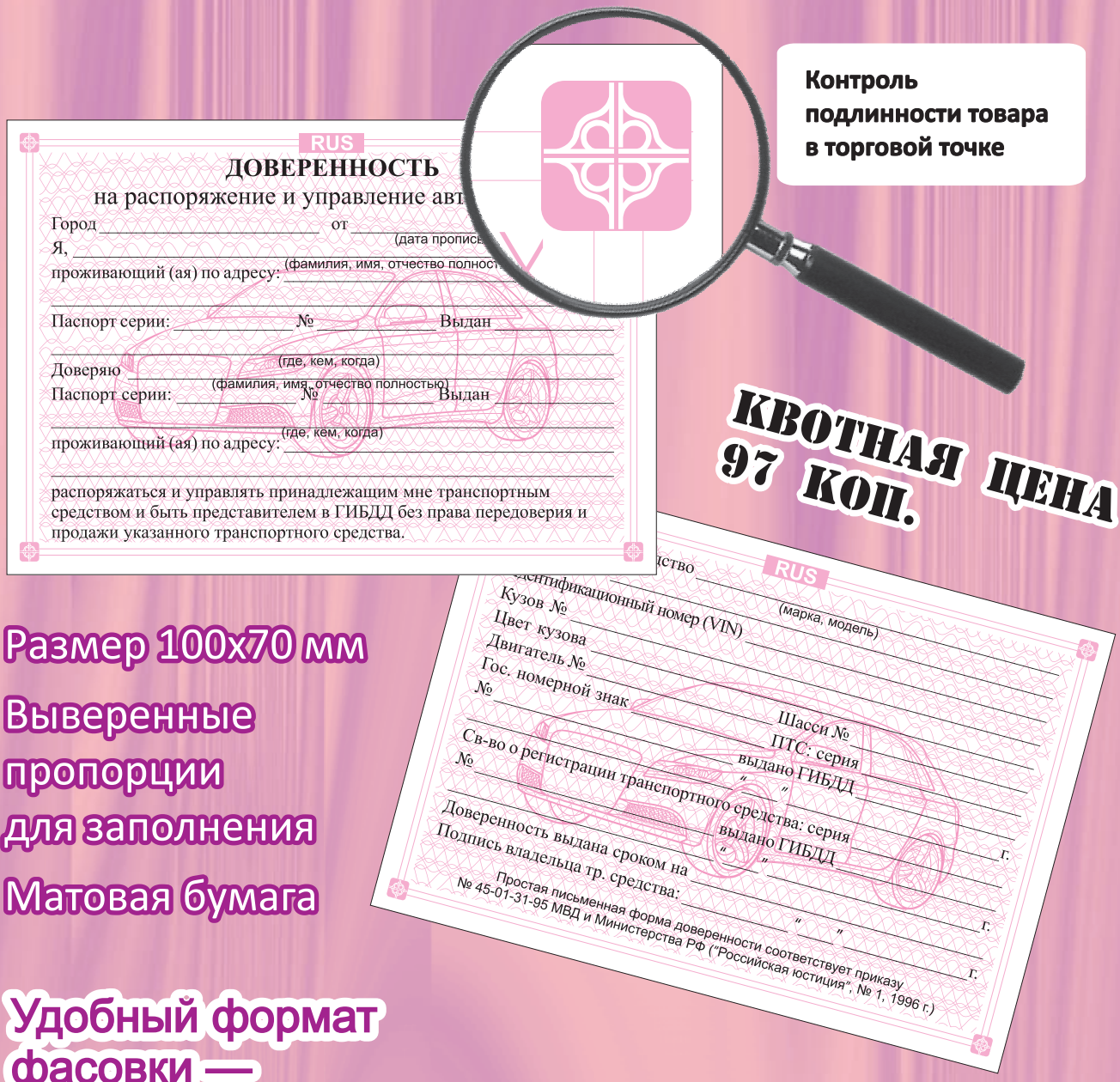
Разнообразные конфигурации: настенные, перекидные, вырубные, настольные...

Программа «Единая цена»

Возврат 100 %

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРПИ «СИБИРЬ»

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРПИ «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!