



# ПРЕССА в Сибири

№ 41-42 (532) 5 • 18 ноября 2012 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ



## В НОМЕРЕ

### XXIII СЕМИНАР «ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ 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



## XXIII семинар АРПИ «Сибирь». Фотоотчёт

# XXIII семинар АРПИ «Сибирь». Фотоотчёт



## Уважаемые коллеги!

Состоялся семинар АРПИ «Сибирь» для издателей и распространителей прессы «Повышение эффективности продаж периодической печати».

В двадцать третий раз в Новосибирске собрались представители медиасообщества со всей России и обсудили актуальные для отрасли вопросы. Отчёт о семинаре, прозвучавших докладах и работе круглых столов, посвящённых торговле прессой в киосках и супермаркетах, и презентациях издательских новинок читайте в этом выпуске журнала «Пресса в Сибири».

## 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 31.10.2012 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.



### Цитата номера

Судачьи мотки в руке намерь естественна, и тонкая вышивка полова с ея страниц, как будто с родных человеческих астерискалов. А я и не надевал, что подобный вышивка — доказательство и утонченность — гурт ступает в наши магазины.

Адрес: Шулко Ларисе Евгеньевне, 350090 г. Краснодар, ул. Симферопольская, д. 18, кв. 55.

### Письма в номер

#### НЕПОГОЖИЕ ДНИ. КАК БАЛЬЗАМ ДЛЯ ДУШИ

На дворе — сентябрь. У нас вторая осень идет проливной. В небе нет ни единой голубой шаловки. За окном, ополаскиваясь от дождя, низко нахлестывают ветлы, березки с доньями кустов черных яблон. Они «плетут» — Я дома один. За-нымаю давно отожженными на такие дни делами. Сидеть на террасе, наслаждаясь шумом дождя и сменяемой туманом стирки.

Дома тепло, тепло, лишь машинка стучит. И послушная строчка летит.

Иногда дни, как балзам для души, в них они, как цветки, расцветают. Мне легко дышится, ясно думается. Прекрасный порок! В это время тайга становится разноцветной. Желтые листьями средь багряных осины, орешки, пурпурные кусты средь ди мажорной зеленой сосны. Когда листья начинают опадать, лес становится прозрачнее и просторнее, а земля — ослепнее. Даже осенний дождь и жаркое небо не портят этой красоты. Природа засплет. Туманные ночи становятся длинными. Сопы. Природа засплет. Туманные ночи становятся длинными. Сопы. Природа засплет. Туманные ночи становятся длинными. Сопы.

но порада еще порадует нас теплыми денечками.  
Адрес: Аносовой Л.Г., 671232 Барнаул, Северо-Вай-альский р-н, пгт Новый Уоян, ул. Комсомольская, д. 11.

#### ВЕДЕМ ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

В нашем роду считалось неприличным курить и употреблять спиртное. Мои дедушки, отец, дяди никогда не употребляли спиртное. А дедушка Федор, доживший до 90 лет и участвовавший в Первой мировой войне, рассказывал, что в 1913 году 95% мужчин были трезвенниками.

Совет нашего многоэтажного дома обратился к жителям дома с просьбой соблюдать правила общественной жизни, за жизнь. Обозначение поддерживала общественность дома, в первую очередь экономя, ветряны и женщины от как люди объясняют свое поведение. Электросварщик Николай Иванович Зинков: «Ничего хорошего и вредного себя чувствую. Валу здоровый образ жизни и курения и спиртного. Предприниматель Александр Александрович Левинский: «Работать надо, а не курить и не пьянствовать от бедности». Нашу инициативу поддерживали депутатский район города и местные газеты.

Хотелось бы обратиться к уважаемым жителям, чтобы не только они сами вели здоровый образ жизни, но и привели эти добрые качества другим, и в первую очередь молодежи. Эти добрые качества другим, и в первую очередь молодежи. Эти добрые качества другим, и в первую очередь молодежи.

Адрес: Чернышину Николаю Александровичу, 422003 Мор-сковская обл., г. Сергучев, ул. Ворошиковой, д. 117, кв. 15.

Ваш адрес для писем:  
101000 г. Москва, а/я 216. Вестник «ЗОЖ»

По простуде —  
чесноком...

Боль нельзя  
вырезать...

Помогут диета  
и травы

Яблоки лучше  
есть с утра

Подслушанный  
разговор

**МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ**

| Форма | Наименование издания                      | ↑↓ | №        | Опт    | База   | Розница |
|-------|---|----|----------|--------|--------|---------|
| г     | 100 Советов                               | ↑  | 2012/11  | 12,85  | 14,30  | 21,00   |
| г     | Спид-Инфо                                 | ↑  | 2013/1   | 29,55  | 32,80  | 49,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (вторник)                  | ↑  | 2012/263 | 17,30  | 19,20  | 23,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (понедельник)              | ↑  | 2012/262 | 25,45  | 28,30  | 28,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (пятница)                  | ↑  | 2012/260 | 25,45  | 28,30  | 28,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (среда)                    | ↑  | 2012/264 | 17,30  | 19,20  | 23,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (суббота)                  | ↑  | 2012/261 | 17,30  | 19,20  | 23,00   |
| гм    | Спорт-экспресс (четверг)                  | ↑  | 2012/259 | 17,30  | 19,20  | 23,00   |
| ж     | Burda                                     | ↑  | 2013/1   | 82,65  | 91,40  | 145,00  |
| ж     | Автомир                                   | ↑  | 2012/46  | 22,20  | 25,30  | 40,00   |
| ж     | Добрые советы. Люблю готовить             | ↑  | 2013/1   | 11,65  | 12,60  | 23,00   |
| ж     | Добрые советы. Люблю готовить. Спецвыпуск | ↑  | 2013/1   | 16,35  | 17,70  | 33,00   |
| ж     | Добрые советы. Цветы в доме               | ↑  | 2012/12  | 16,50  | 18,30  | 26,00   |
| ж     | Домашний очаг (мини-формат)               | ↑  | 2013/фев | 58,45  | 64,90  | 85,00   |
| ж     | Домашний очаг Вкусно и полезно            | ↑  | 2013/мар | 54,30  | 60,10  | 85,00   |
| ж     | Кроссвопрос                               | ↑  | 2013/1   | 32,50  | 35,60  | 46,00   |
| ж     | Лабиринт Кроссвордов. Суперсборник        | ↑  | 2012/4   | 68,80  | 76,50  | 90,00   |
| ж     | Лёшкин кот                                | ↑  | 2013/1   | 17,00  | 18,80  | 25,00   |
| ж     | Лиза                                      | ↑  | 2012/49  | 23,85  | 27,20  | 41,00   |
| ж     | Лиза Кроссворды. Сборник                  | ↑  | 2012/1   | 69,35  | 77,00  | 90,00   |
| ж     | Лиза. Кросс-Хит                           | ↑  | 2012/12  | 27,70  | 30,80  | 41,00   |
| ж     | Лиза. Судоку                              | ↑  | 2012/4   | 25,65  | 28,50  | 49,00   |
| ж     | Отдохни Имена                             | ↓  | 2013/2   | 29,00  | 31,70  | 50,00   |
| ж     | Радио                                     | ↑  | 2013/1   | 131,70 | 145,90 | 205,00  |
| ж     | Сборная солянка                           | ↑  | 2013/1   | 30,50  | 33,90  | 42,00   |

**МАРКИРОВКА ЖУРНАЛА**

Журнал «Махит» начиная с декабрьского номера будет выходить с маркировкой «16+». На данный момент не требуется выноса маркировки на обложку журнала, поэтому она будет указываться только в выходных данных.

**ПРИОСТАНОВЛЕНО**

Приостановлен на неопределенный срок выпуск изданий:

- «Маленький зоомагазин» с №1/13 (январь)
- «Bella Sara» с №1/13 (январь)

**ИЗМЕНИЛАСЬ ДАТА ВОЗВРАТА**

Изменилась дата возврата изданий:

- «Дисней для малышей. Спецвыпуск» № 2012/5;
  - «Лунтик. Спецвыпуск» № 2012/3;
  - «Раскраска Любимые герои» № 2012/20;
  - «Раскраска Любимые герои» № 2012/19;
  - «Раскраска с наклейками» № 2012/20;
  - «Раскраска с наклейками» № 2012/19;
  - «Принцесса Спецвыпуск + вложение» № 2012/4;
  - «Тошка. Спецвыпуск» № 2012/4.
- Новая дата возврата - 13.11.2012

**ПРЕКРАЩЕН ВЫПУСК**

\*\*\*

Издательство «Эгмонт Россия Лтд.» прекращает выпуск изданий:

- Журнал «Динозаврия» - последний выпуск №12/2012;
- Журнал «Чародейки» - последний выпуск №12/2012;
- Специальный выпуск журнала «Чародейки» - последний выпуск №5/2012.

\*\*\*

Издательство «Авитон – Пресс» прекращает выпуск изданий:

- «Навигатор Игрового Мира»;
- «Навигатор Игрового Мира с DVD».

## XXIII СЕМИНАР АРПИ «СИБИРЬ»

**Состоялся XXIII семинар АРПИ «Сибирь» «Повышение эффективности продаж периодической печати». Местом его проведения стал отель «Новосибирск», где собрались издатели и распространители прессы из Москвы, Смоленска, Калининграда, Екатеринбурга, Красноярска, Иркутска, Белгорода, Твери, Кызыла, Улан-Удэ и других городов. С 25 по 26 октября участники медиарынка обсуждали актуальные для отрасли вопросы, делились опытом, знакомились с новыми издательскими продуктами.**

24 октября в день заезда наш город встретил гостей первым, настоящим снегом, продемонстрировав себя полноправной столицей Сибири. Для многих участников семинара это была первая в этом году встреча с зимой.

25 октября состоялось открытие XXIII семинара АРПИ «Сибирь» и началась рабочая программа. С приветственным словом выступил генеральный директор АРПИ «Сибирь» Сергей Гаврилов. Он сделал обзор докладов, вошедших в программу семинара, и отметил основные события на рынке прессы в 2012 году. Сергей Давидович в своем приветственном слове призвал всех распространителей в условиях падения спроса на коллекционные издания вернуться к истокам бизнеса распространения и обратить внимание на традиционную прессу. В целом рынок прессы характеризуется ростом отпускных цен издателей, ростом цен на ГСМ и тарифы РЖД, конкуренцией за кадры, перспективой снижения объема рекламы в печатных СМИ за счет запрета рекламы алкоголя, табака и БАДов.



Затем генеральный директор АРПИ «Сибирь» выступил с докладом на тему «Существует ли потенциал роста розничных цен на прессу». В своем выступлении Сергей Гаврилов продемонстрировал изменения ключевых показателей, определяющих тенденции экономического развития региона и медиарынка в целом. В данном исследовании использовались данные за 2009-2012 годы. В частности были представлены изменения бивалютной корзины, цены на ГСМ, уровня инфляции, прожиточного минимума, заработной платы и других параметров, влияющих на рынок распространения и покупательскую способность населения, а так же отражающих поведение дру-

гих игроков рынка FMCG. Данным выступлением Сергей Давидович обосновал необходимость повышения розничных цен на прессу вслед за ростом ключевых индексов.

О прогнозах финансового рынка и о том, что должна делать каждая компания, чтобы избежать негативного сценария развития в будущем, рассказала Елена Черкашина, финансовый директор АРПИ «Сибирь». Свое выступление «Время быть осторожным» или «Что вы будете делать во время кризиса?» она начала с любимого слайда финансовых аналитиков, который демонстрирует дождь из денежных купюр, что льется на нашу землю и разъяснением реальных действий банковских структур и законодательной политики страны в области финансов. В своем выступлении Елена Георгиевна напомнила опыт поведения банков во время кризиса 2008 года и к каким последствиям на предприятиях приведет новая стратегия банков в ближайшие 2013-2014 годы.

В выступлении был сделан акцент на необходимости актуальности знаний компаний о своем состоянии на

### ИЗМЕНЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА НОМЕРОВ В КОЛЛЕКЦИЯХ

- Коллекционное издание «Галилео. Наука опытным путем» сокращается до №70 (ранее было 80)
- Коллекционное издание «100 битв, которые изменили мир» продлевается до №150 (ранее было 100)
- Коллекционное издание «Монеты и банкноты» продлеваются до №100 (ранее было 80).

этом — предкризисном — этапе в стране. Продemonстрированы инструменты финансового и управленческого экспресс-анализа, используемые в условиях проведения быстрой оценки эффективности бизнеса. Участники семинара в практической части выступления создали баланс смоделированной торговой компании и на практике ознакомились с предложенными инструментами. Продолжил выступление Елена Черкашиной заместитель генерального директора АРП «ФраМ» Александр Лукашев. В своем выступлении он заметил, что финансовая оценка отражает результат деятельности предприятия, но немаловажно понять, что произошло, и почему предприятие пришло к таким результатам. Методология отраслевого бенчмаркинга, разработанная в компании «ФраМ», по мнению Александра Александровича наиболее точно позволяет оценивать эффективность своих розничных сетей, сравнивать предприятия отрасли по эффективности, определять наиболее сильные модели бизнеса. Результаты применения методологии расчетов были продемонстрированы в выступлении на примере компаний, находящихся в доверительном управлении группы компаний «Сибирь», начиная с 2012 года. В выступлении был продемонстрирован набор отраслевых показателей, характеризующих эффективность сети распространения, и методика их исчисления.

О способах увеличения продаж рассказал коммерческий директор АРПИ «Сибирь» Константин Вяткин в своем выступлении «Единая цена. Как реально поднять продажи». Он подробно остановился на структуре цены на издание и уделил особое значение рискам по возвратам. «Единая цена» — это инструмент, о котором уже неоднократно рассказывали на семинарах АРПИ «Сибирь», но в этот раз о преимуществах программы «Единая цена» докладчик рассказал на примерах изданий каждого издательского дома из присутствующих в зале. Обеспечение издателем затрат на доставку товара позволяет выдержать рекомендованную цену издания и точно попасть в свою аудиторию, а значит — получить максимум продаж.

С преимуществами продукции компании GP — элементами питания, и уникальным предложением для киосковой сети ознакомили в своем выступлении представитель концерна GP и сотрудники группы компаний «Сибирь». Коллеги из GP-Batteries в своем докладе продемонстрировали рост продаж продукции GP, превышающий темпы роста других батарейных брендов на рынке. Маркетолог компании АРП «ФраМ» Анна Мухамедьянова поделилась опытом работы с данной продукцией, выделила плюсы в виде оформления мест продаж различными рекламными конструкциями.



Затем заместитель генерального директора ООО «ПМБЛ» Йорг Леманн, представил линейку новых семейных журналов для региональных читателей — серию сканвордов для всей семьи.

Елена Князева, директор по развитию АРП «ФраМ», рассказала о работе цеха по производству киосков, который был организован в марте 2012 года, и на сегодняшний день вышел на производительную мощность 5 киосков в месяц. В своем выступлении она рассказала об этапах производства, конструктивных особенностях торговых объектов, дополнительном оснащении киосков отопительными приборами и системой

кондиционирования и предложила варианты сотрудничества. Данный доклад вызвал живой интерес участников семинара.

С традиционным для семинаров АРПИ «Сибирь» обзором рынка прессы выступил коммерческий директор компании Константин Вяткин. Он прокомментировал отраслевые тенденции текущего года и сделал предварительный прогноз на будущий год.

В докладе «Группа компаний Сибирь — день сегодняшний» Сергей Гаврилов рассказал собравшимся, что такое группа компаний «Сибирь», каких результатов достигла каждая компания, входящая в состав ГК Сибирь за последние 6 месяцев. Увеличение числа розничных точек, расширение географии, рост количества обслуживаемых торговых объектов — это путь, который компания прошла в 2012 году.

Опытном внедрения системы накопительных бонусных карт на базе автоматизированной киосковой сети поделился Валерий Хитров, генеральный директор ООО «Комсомольская правда-Калининград-Новости39». Он подробно рассказал о работе системы и о полученных на сегодняшний день результатах. На конкретных примерах докладчик показал эффективность данной системы — как увеличиваются продажи изданий при проведении акций с использованием системы лояльности. Помимо роста продаж, данная система лояльности позволила сформировать портрет клиента — его пол, возраст, предпочтения, что бесспорно дает дополнительные возможности при планировании своей работы.

Издательский дом «Юмиком» помимо основного пакета изданий представил участникам семинара детскую новинку «3/9 Царство». Издание воплощает в себе хорошие рисунки, увлекательные рубрики, качественную полиграфию по доступной цене.

Новые разработки специалистов АРПИ «Сибирь» представил Александр Зайцев, руководитель группы разработчиков программного обеспечения. Он представил дополнения в модификацию системы, созданной специалистами компании на основе «1С: Предприятие 8.2». Программный продукт «1С: Управление продажами. ТНП и пресса», новые аналитические отчеты, которые добавлены в модификацию, а также возможности системы. Участники семинара получили диск с программой, которой смогут воспользоваться на своих предприятиях.

Наталья Лосева, руководитель отдела заказа и управления тиражами ООО «Читай город» (г. Екатеринбург) поделилась итогами внедрения в розничной сети технологии управления продажами с использованием ценников. Целью внедрения системы стала оценка ритмичности покупок в сети для дальнейшего построения грамотной ассортиментной политики. Результатом внедрения Наталья назвала сокращение количества SKU на складе, оперативное реагирование на изменение интереса покупателей, сокращение числа точек с нулевым возвратом. Приятно отметить, что разработчиками системы управления по ценникам является АРП «ФраМ», и тот факт, что наши коллеги с успехом внедряют и используют эту систему, говорит о полезности отраслевых семинаров, на одном из которых ранее была продемонстрирована эта методика.

Завершило рабочую часть первого дня семинара АРПИ «Сибирь» выступление заместителя руководителя отдела продаж периодических изданий ЗАО «Эгмонт Россия Лтд.» Дениса Солодянкина. Он представил новое издание «Капитан Шарки» — журнал для мальчиков с различными подарками, такими как рогатки, крюк и много интересного. На 36 красочных страницах журнала 4-7-летние пиратские поклонники сопровождают капитана и его экипаж в путешествиях по морям и суше.

Завершился день праздником, который участникам семинара пода-



рил ИД «Эгмонт Россия». Все гости отправились в путешествие в мир детства на площадку EGMONT-LAND, где им представилась возможность сыграть в гигантские супершашки, померяться в силе и меткости, разгадать гигантский кроссворд и побороть себя в различных играх.

Второй рабочий день семинара начался с экскурсий. Были одновременно проведены три экскурсии — по киоскам и магазинам прессы, по супермаркетам и на склад АРПИ «Сибирь». Каждый участник мог выбрать ту, которая ему более интересна.

Затем состоялись круглые столы, посвященные обсуждению технических и технологических вопросов распространения прессы в киосках и супермаркетах.

На круглом столе «Супермаркеты» Дмитрий Ятченко, руководитель отдела розничных продаж, и Анна Мухамедьянова, маркетолог ООО «ТК-Пресс», рассказали о существующих



на рынке прессы ассортиментных моделях и предложили коллегам поделиться своим опытом в данном вопросе.

Олег Попов, директор ООО «Прессбург» (г. Екатеринбург), рассказал, как в его компании, испробовав различные методы, подходят к формированию ассортимента. А также распространители прессы обсудили, каким должен быть срок нахождения издания в продаже.

На круглом столе «Киосковая розница», ведущим которого был Александр Лукашев, заместитель генерального директора АРП «Фрам», главным вопросом стал поиск новых возможностей повышения доходности киосковой сети. В процессе обсуждения были рассмотрены как новые товары, которые позволят привлечь нового покупателя, так и новые нетипичные для розничной сети виды деятельности.

Последним пунктом рабочей программы семинара стала приёмная АРПИ «Сибирь». Во время работы приёмной партнёры компании получили возможность лично пообщаться с руководством АРПИ «Сибирь» и сотрудниками отделов компании и решить текущие вопросы. Этот формат уже стал традиционным для семинаров АРПИ «Сибирь» и отлично себя зарекомендовал.

Заключительным событием стал традиционный банкет, на котором участники попрощались до следующего семинара.

**Пресс-служба АРПИ «Сибирь»**

# Новые рекламные ограничения дали заработать прессе

**Ужесточение с июля требований к рекламе алкоголя и приравненного к нему пива пока позитивно сказывается на доходе издателей. Если в августе расходы на продвижение в прессе алкогольной продукции в целом выросли на 52%, то в сентябре — уже на 69%, подсчитал аналитический центр «Видео Интернешнл» (АЦВИ). Но уже с января издатели лишатся этого источника доходов.**

С июля этого года пиво было законодательно приравнено к алкоголю, и требования к его рекламе изменились: с 23 июля реклама пива была запрещена на ТВ, радио и в наружной рекламе. Кроме того, с этой даты в соответствии с дальнейшим ужесточением законодательства была запрещена продажа любого алкоголя в интернете. Единственным доступным медиа для производителей алкоголя осталась пресса.

Последствия этих нововведений издатели ощутили уже в августе, следует из данных АЦВИ. В целом бюджеты в этой товарной категории тогда выросли на 52%, до 53,5 млн руб. с НДС, тогда как в предыдущие месяцы этого года максимальный прирост равнялся всего 36%. Если рассматривать активность пивоваров отдельно, то в августе их бюджеты выросли на 27%, до 17,5 млн руб., хотя с февраля по июль динамика была отрицательная. У производителей всех остальных алкогольных напитков рекламные бюджеты в августе увеличились на 79%, почти до 36 млн руб. Еще больший прирост — на 95%, до 53,5 млн руб., был зафиксирован в июле, но в остальные месяцы этот показатель не превышал 50%. Издатели подтверждали усиление активности производителей алкоголя после ужесточения рекламного законодательства, но отмечали, что рост обеспечили всего два

рекламодателя — «Синергия» и Efes Rus (образован в этом году в результате слияния российских активов Efes и SABMiller).

В сентябре рост алкогольных бюджетов продолжился, свидетельствуют предварительные данные АЦВИ на основе мониторинга TNS Russia 194 федеральных и столичных изданий и их приложений. В целом в прессе расходы всех представителей категории за месяц достигли почти 121,8 млн руб., что уже на 69% больше, чем годом ранее. Активность пивоваров увеличилась на 28%, до 13,2 млн руб., производителей всех остальных алкогольных напитков — на 80%, до 108,6 млн руб.

Если рассматривать издания по нишам, то в августе от ужесточения законодательства выиграли в первую очередь массовые еженедельные и ежедневные газеты, чьи доходы от рекламы алкоголя (без учета пива) тогда выросли в девять с половиной и шесть раз, до 5,9 млн руб. и 4,3 млн руб. соответственно. В сентябре, как следует из данных АЦВИ, резкий скачок активности наблюдался уже в других нишах. В массовых газетах прирост не превысил 13%, зато доходы компьютерных изданий от рекламы алкоголя увеличились почти в шесть раз (правда, в абсолютных значениях это очень скромная сумма — всего 174 тыс. руб.), путеводителей по развлечениям — в четыре

раза, до 4,8 млн руб., качественных газет — в два с половиной раза, до 4,3 млн руб.

Но с января 2013 года продвижение алкоголя будет запрещено и в периодике. В сентябре Федеральная антимонопольная служба (ФАС) дала свои разъяснения по рекламе алкоголя, из которых, в частности, следовало, что вложенные в газеты и журналы буклеты не могут рассматриваться как реклама в прессе. Такая трактовка позволяет практически полностью компенсировать потери, признает топ-менеджер одного из издательских домов. Но во вступивших в силу этим летом поправках в закон «О рекламе» прописано, что реклама алкогольной продукции допускается только в точках ее продаж. Это означает, что любые буклеты с рекламой алкоголя, если только они не распространяются в точках продаж, уже сейчас незаконны, поясняет партнер адвокатской коллегии «Муранов, Черняков и партнеры» Дмитрий Черный. Заместитель руководителя управления рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС Татьяна Никитина это подтверждает. По ее словам, вложить в газету или журнал буклет с рекламой алкоголя можно, к примеру, в баре, но нельзя, чтобы такой вкладыш был в издании, продающемся в киоске или доставляемом по подписке.

**Коммерсантъ**

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).

**Претензии** по любому поводу направляйте по адресу [pretenzia@sibir.su](mailto: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
- 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. (395-2) 54-65-52,  
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



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 16.00.  
Тел. (383-43) 2-04-81



Томск,  
пер. 1905 года, 6/3  
Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.  
Тел. (382-2) 90-03-70



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

# XXIII семинар АРПИ «Сибирь». Фотоотчёт



# Издательство «Павлик»



## «Любимая стройка!»

Тематический спецвыпуск от журнала «Ваш уютный сад» для тех, у кого есть любимый загородный дом. Практические советы всем, кто хочет сделать дом и сад еще красивее и уютнее.

A4, 36 полос,  
выход 1 раз в 3 месяца



## «Ваш уютный сад»

Доступное практическое руководство по ландшафтному дизайну.

Журнал, который поможет преобразить загородное пространство, сделать его уютным и стильным местом отдыха для вас и ваших близких.

A4, 36 полос,  
выход 1 раз в месяц



## «Цветочная кухня»

Увлекательное издание по выращиванию и уходу за домашними растениями, их пользе и красоте.

A4, 36 полос,  
выход 1 раз в месяц



## «Загородные хлопоты»

Издание для тех, кому дача в радость.

A4, 20 полос,  
выход 2 раза в месяц



## «Кладовая здоровья»

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

A5, 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.

A4, 36 полос,  
выход 1 раз в месяц



# Сделай правильный выбор!