



ПРЕССА в Сибири

№ 7-8 (544) 4 • 17 марта 2013 г.

www.sibir.su

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

COSMOPOLITAN
BEAUTY МАКИЯЖ ■ ПРИЧЕСКИ ■ СТИЛЬ
ВЕСНА 2013

На обложке:
ЮЛИЯ ФАХРУТДИНОВА
Победительница
реалити-шоу
"Топ-модель
по-русски"

10
X роковых X
ошибок
в уходе
за волосами

КАК
НОСИТЬ
новые
ароматы
советы парфюмера

**СПЕЦВЫПУСК
СО ЗВЕЗДАМИ:**

**Выглядеть
на МИЛЛИОН**
Быстро. Легко. Эффектно!

(16+)

4 808993 002464

В НОМЕРЕ

КИОСКИ ПРОДОЛЖАЮТ СНОСИТЬ

НОВОСТИ

страницы 2–4

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1–40

новости отрасли

страницы 5–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8



Пусть отблеск зимний еще не угас,
Но воздух становится зыбким.
С Женским весенним праздником Вас,
С первой весенней улыбкой!

СИБИРЬ

АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ
ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ

MODEN

Diana

30
моделей

из американского
каталога

Simplicity

Спешите сделать заказ № 4/2013

Коктейльное платье с оригинальной юбкой

Для всей семьи: удобные комбинезоны

Большие размеры: платья, блузка, брюки

Домашний текстиль: шторы на окна



В продаже
с 25
марта



№ 4•2013 САБРИНА

Элегантная женственность в сочетании с лёгкой небрежностью – такое сочетание станет важной составляющей в трикотажной моде этой весной. Формы, обыгрывающие контуры и подчеркивающие силуэты, расцветки, идущие каждой женщине, узоры, производящие впечатление благодаря инновационным ноткам и пряже, из которой так и хочется вязать. Все вместе образуют стимул выбрать и связать понравившуюся модель из этого номера журнала. Не так ли?

В продаже с 25 марта



**+ подарок
читателям журнала**

С подиума на ваши
спицы: изысканный
ажурный пуловер
из нежнейшего и
тончайшего мохера
от Nina Ricci.

Уважаемые коллеги!

Сегодняшний выпуск журнала «Пресса в «Сибири» полностью посвящён продолжающейся ликвидации киосков прессы. За последние две недели февраля участились сообщения о сносе киосков, которые приходят из разных регионов России, в том числе из малых городов, где киосков прессы было не так уж много и до решения о закрытии. Издатели и распространители всё настойчивее предлагают властным органам изменить условия для розницы печатной продукции. Ключевые предложения: изменение срока аренды земли под киосками, предоставление льготных арендных ставок и признание услуги по продаже периодики социально значимой услугой. Подробнее читайте на страницах нашего журнала.

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
О.Н. Поротникова
 выпускающий редактор,
 дизайн, компьютерная верстка
Т.С. Щедренко
 отпечатано в типографии
ЗАО «Медведь Типография»
 Новосибирск, пр-т Дзержинского, 87
 Подписано в печать 27.02.2013 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 №ФЧ77-23814 от 28.03.06 г. выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовой коммуникации и охране культурного наследия.

Небосвод грустней и строже,
 Кружева метель плетёт.
 Только тот, кто вместе с «ЗОЖ»,
 И зимой не пропадёт!

Хожу по беговой дорожке

Сладкая ягодка из детства

Кололи дрова и пекли картошку

Салаты оказались эффективнее лекарств



ВЕСТИНИК ЗОЖ
 № 7 (471), март 2013 г.

Исхлеб в номер
ПРЕДАВАЮ ИЗМЕНИТЬ ДВИЗ
 Читая журнал в нашем издании, «небось» образуют впечатление на имена и фамилии авторов и замечают, что абсолютное большинство среди них — женщины. Неужели нашим мужчинам нечего сказать энциклопедической аудитории? Не верю! А может быть, среди читателей мужчины — не самые «интересные»? Скорее всего, так и есть, но это дело можно поправить, если мужчины проявят интерес к неформальным, «народным», «научным» публикациям, смогут реализовать по его большей или меньшей мере, историю, которая его сможет заинтересовать. Развитие хороших, если вы, получите самую настоящую историю, будет на вашу очередь прочитать? Ну, что же, как в плане Л. Утешова — «самовара» и «мисс Маша». Илларион Буда такую историю, и даже заинтересует, а что это такое читать родители?

«Предлагаю издательству изменить наш энциклопедический девиз «1+1». Пусть он звучит так: «1+1+1» мужчины». Я, например, этот усовершенствованный девиз выполнил уже дважды. Уверен, что наша веселая обстановка еще более интересными статьями и решениями. Сождайте, упрямый? По-моему, нет.

Адрес: Куликов Юрий Владимирович, 66300 Ураинск, Омская обл., г. Колосов, пер. Молодежный, д. 8.

ПУТЕШЕСТВИЕ ПО РОССИИ С ВЕСТИНИКОМ
 Живу в Болотове в маленьком городке Ухейки. Мне 76 лет, жена, дочь, дед. Пять лет назад в подарок от подруги получила подписку на «ЗОЖ». Она сделала для меня «1+1», что теплее давало и я. Сначала «ЗОЖ» лучше на чтение. Вестник интересный, частый, как сонное, теплый, как мама, согревающий, как добрый человек. «ЗОЖ» — это хороший психолог, который лечит человеческие души. Когда одиночество давит о себе звать, утешивается на диване, беру в руки подписку вестника и с его помощью отправляюсь в путешествие по России, где являюсь без всяких затрат. Все в восторге не побывавшие в Сибири, на Байкале, Чукотке, Кордону по пути в Рязань, Озарики. И сколько хороших людей восторга на своем пути. Спасибо вам, авторы, за интересные статьи, за откровенные и дружелюбные ответы!

Адрес: Маламеев Игорь Степанович, 247000 Болотов, Гомельская обл., г. Хойники, ул. Кирова, д. 10.

Ваш адрес для писем:
 101000 г. Москва, а/я 218.
 Вестник «ЗОЖ»

Итага номера
 Небось грустней и строже,
 Кружева метель плетет.
 Только тот, кто вместе с «ЗОЖ»,
 И зимой не пропадет!

Адрес: Аляксандр Виктор Феликсович,
 127586 г. Москва, ул. Востужевых,
 д. 12а, кв. 25.

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма издания	Наименование	№	↑↓	Опт	База	Розница
г	1001 совет и секрет. Тематический спецвыпуск. Худеем к 8 марта	2013/1	↑	15,00	16,30	29,00
г	Готовим вкусно	2013/7	↑	11,00	12,10	18,50
гмкр	Жизнь. Красноярск	2013/9	↑	12,80	14,20	18,00
гмнк	Кругозор в Кузбассе	2013/9	↑	9,80	11,00	10,50
ж	Забавные Смурфики	2013/4	↓	67,25	74,70	95,00
ж	Калейдоскоп. Вокруг смеха	2013/7	↓	13,95	15,90	20,00
ж	Нахлыст	2013/2	↑	116,95	128,20	160,00
прт	Дамы эпохи. Моя коллекция кукол	2013/52	↑	259,95	288,80	365,00

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ

ПРЕТЕНЗИИ ПО НЕДОВОЛЖЕНИЮ



В СВЯЗИ с тем, что на складе ООО «Бурда Дистрибьюшен Сервисиз» осуществляется взвешивание и просчет тиража **коллекции «Лиза. Семейная энциклопедия здоровья»**, претензии в отношении недовложений на данную продукцию Издательством не принимаются.

ЕДИНАЯ ЦЕНА



ИЗДАТЕЛЬСТВО Bauer Media продолжило участие **журнала «Чисто по-женски»** в программе «Единая цена» до № 11 включительно (ранее сообщалось о том, что журнал включен в программу «Единая цена» до № 5 включительно).

Издатель компенсирует доставку, поэтому рекомендуемая розничная цена — 22 рубля.

Заказывая издания по программе «Единая цена» вы не платите за доставку! Увеличивайте заказы — повышайте продажи!

МЕНЯЮТСЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ

НАЧИНАЯ с № 4/13 журнал **«Забавные СМУРФИКИ»** будет выходить без вложения. В связи с этим снижена цена.

ИЗМЕНЕНИЕ ПЕРИОДИЧНОСТИ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ выхода **журнала «Еда»** Издательского Дома «Пресс-курьер» остается без изменений и будет выходить 1 раз в месяц.

СОПУТСТВУЮЩАЯ ПРОДУКЦИЯ

ОБНОВЛЁН ассортимент сопутствующих товаров АРПИ «Сибирь». Добавлены **карманные фонари GP DISCOVERY Home Range**. Проспект с подробной информацией — на сайте АРПИ «Сибирь» в разделе «Клиентам. Проспекты»

РЕБРЕНДИНГ



СПЕЦВЫПУСК журнала «Футбол» с 2013 года выходит в новом формате и улучшенном качестве: высококачественная печать, плотная бумага, современная вёрстка. Рекомендуемая цена — 50 рублей.



ЖУРНАЛ «Планета женщины» Издательства Bauer Media с марта выходит в новом оформлении: больше страниц, бумага лучшего качества, новый дизайн, новый логотип.

Технические характеристики: формат 210x280 мм; объем 128 + 4 стр.



ЖУРНАЛ «Линия судьбы» (ИД «Популярная пресса») обновил дизайн и контент, под руководством приглашенных Главных редакторов — известных иллюзионистов братьев Сафроновых.

Интерес читателей к мистической тематике растет. Это доказывают самые высокие рейтинги «Битвы экстрасенсов» — популярной программы на канале ТНТ, со-ведущими которой являются братья Сафроновы. Именно благодаря этому интересу, у редакции журнала возникла смелая идея — пригласить знаменитых иллюзионистов в качестве Главных редакторов издания. И уже в марте читатели и поклонники жанра получат не просто очередной номер любимого журнала, а совершенно обновленный, эксклюзивный выпуск.

На обложке мартовского выпуска — братья Сафроновы. Внутри — большие фотографии и статьи, которые не оставят равнодушными любителей мистики. В поддержку выхода издания запланирована рекламная кампания на радио, ТВ и в социальных сетях.

Ликвидация, или война ларькам

В Ярославле набирает обороты акция по сносу торговых киосков

Одна из самых скандальных акций новой мэрии во главе с Евгением Урлашовым — снос ларьков, торгующих овощами-фруктами, газетами, сигаретами и шоколадками. Причём как незаконных, так и «правильных», но установленных в историческом центре Ярославля. Суд по представлению прокуратуры уже признал этот снос незаконным, но акция, тем не менее, продолжается. Кому же мешают эти мелкие торговые точки, и что будет дальше?

Начальник управления земельных ресурсов мэрии Ярославля Борис Бураков утверждает, что у руководства города нет планов по массовому сносу всех ларьков Ярославля, как это происходит сейчас в Москве.

— Мы выясняли законность землепользования под рядом городских объектов и выявили, что значительное количество временных сооружений размещены без оформления договоров аренды земельных участков, — заявил Борис Викторович. — То есть объекты длительное время размещены незаконно, не оплачиваются арендные платежи, чем наносят ущерб как бюджету Ярославля, так и добросовестным предпринимателям, которые стоят на той же самой улице, только получили все необходимые документы и платят арендную плату.

— Идут под снос только те ларьки, владельцы которых ни аренду не платили, ни налоги, и электричество из чужих квартир брали, — более подробно объяснил Денис Чарондин, начальник управления развития потребительского рынка, предпринимательства и туризма мэрии Ярославля. — И это не только наш город делает, а приводит в порядок весь образ жизни сама страна. Теперь покупатели вместо ларьков пойдут в магазины — и это замечательно. Во-первых, потребитель будет получать качественное обслуживание, во-вторых, увеличится поток покупателей — значит, увеличится количество рабочих мест, и в отличие от тех ларьков, в которых у нас трудоустройство чаще всего неофициальное, люди получают работу с социальными гарантиями.

Некоторые ларьки сносятся без судебного решения. Как же такое возможно, поинтересовался корреспондент «АиФ».

— Мы демонтируем, когда не оформлялся договор аренды и ситуация бесспорная: совершено административное правонарушение, не требуется никаких разбирательств и выяснения дополнительных обстоятельств, — ответил начальник управления земельных ресурсов. — И мэрия будет отстаивать эту позицию всеми законными способами в вышестоящих судебных инстанциях, если не получится — в вышестоящих органах государственной власти.

В Москве сейчас происходит снос объектов на улицах города, причём более масштабный, и, по мнению Бориса Буракова, эта деятельность не вызывает ни у кого никаких сомнений. Как и во Владивостоке, где продолжается снос ларьков, а краевой суд поддержал действия мэрии города. Причём в других российских городах, утверждает Борис Викторович, приняты гораздо более строгие акты, чем в Ярославле.

В этом году мэрия, пресекая незаконный захват городских земель, планирует освободить ещё порядка 300 земельных участков. Остальные временные сооружения, где действуют договоры аренды, будут продолжать существовать вплоть до изменения градостроительной ситуации в данном месте (возможно расширение автомобильных дорог, прокладка каких-то коммуникаций, строительство объектов капитального строительства и т.д.). Там, где сносятся ларьки на остановочных



комплексах, будут устанавливаться навесы без торгового объекта. Этим будет заниматься департамент городского хозяйства мэрии Ярославля.

Вместе с тем, относительно центра Ярославля, той его части, что отнесена к зоне ЮНЕСКО, мэрией принято более жёсткое решение — освободить эту территорию от всех существующих временных сооружений, в том числе размещённых в установленном порядке, то есть законных. Борис Бураков объясняет это несколькими причинами.

Во-первых, в мэрию неоднократно поступали обращения органов государственной власти и полиции о демонтаже торговых объектов, расположенных в районе Красной площади и прилегающих территорий. На этой территории, мол, жители и гости города должны отдыхать культурно. Во-вторых, вид этих улиц и площадей должен быть соответствующим — по проекту зоны охраны объектов культурного наследия, здесь можно размещать ларьки только габаритами 1,5 на 1,5 метра, не больше. Более крупные временные сооружения, по мнению чиновников, портят облик старинного города.

Единственное, власти обещают, что летом на этой территории будет развёрнута мелкорозничная уличная торговля, особенно в дни праздников и массовых гуляний, в том числе и по продаже печатной продукции.

Источник: «АиФ», Ярославль

В Дзержинске под угрозой закрытия могут оказаться киоски по продаже печати

Редакторы трёх дзержинских газет и предприниматели, занимающиеся торговлей прессой, направили письмо в мэрию о бедственном положении киосков по продаже печатной продукции в Дзержинске. Копия письма находится в распоряжении «ИФ-Региона».

Обращение направлено главе Дзержинска Валерию Чумазину и главе администрации Геннадию Виноградову. Как отмечено в письме, в городе отсутствуют чёткие правила работы на рынке продажи печатной продукции, и не уделяется должное внимание социально значимой функции распространения прессы.

Как пишет индивидуальный предприниматель Владимир Ятманов, только в 2012-м году КУМИ дважды повышало ставки арендной платы на земельные участки под киосками, но рентабельность бизнеса так и находится на отметке ниже пяти процентов. «Дальнейшее повышение платы за землю приведёт к обвалному закрытию киосков», — подчёркивает В. Ятманов.

Существует и другая проблема, отмечают авторы письма, — краткосрочность аренды на земельные участки. Риск того, что договоры могут быть расторгнуты в любой мо-

мент, мешает вкладывать средства в модернизацию киосков. Кроме того, необоснованно повышаются тарифы на подключение электроэнергии к киоскам, и делаются попытки ог-

Во Франции каждому киоску в год выделяется из федерального бюджета 4000 евро на развитие бизнеса.



раничить ассортимент продукции, продаваемой в киосках. В европейских странах киоски по продаже печати, наоборот, поддерживаются государством.

Владимир Ятманов предлагает власти следующий путь сохранения киосков по продаже печатной продукции в Дзержинске. Во-первых, заключать договоры аренды земельных участков под киосками на десять лет. Это позволит частникам

вкладывать долгосрочные инвестиции в развитие печатного бизнеса. Во-вторых, понизить коэффициент Кд и сделать его минимальным, учитывая социальную значимость печатной продукции. Кроме того, есть глобальное предложение — заранее выделить землю под киоски в Генплане развития Дзержинска.

Обращение к власти также подписали главные редакторы газет «Дзержинское время», «Дзержинские ведомости» и «Репортёр и время» Сергей Кулаков, Иван Усов и Александр Былкин.

Стоит отметить, что совокупный тираж дзержинской прессы, распространяемый в сети ИП Ятманов, составляет порядка десяти тысячи экземпляров в неделю. Сеть насчитывает порядка 50 точек продаж. Данная организация работает на рынке печатных СМИ в Дзержинске и Нижегородской области с пятнадцать лет (с 1998 года), и занимает одно из лидирующих мест в городе по продаже прессы. Также ИП Ятманов является официальным дистрибьютором в Нижегородской области многих крупных зарубежных и российских издательств

Источник: ИФ-РЕГИОН

АЛТАЙСКИЙ КРАЙ

Руководитель УФАС по Алтайскому краю прокомментировал ситуацию с киосками «Роспечати»

Степан Поспелов, руководитель алтайского краевого УФАС, заявил, что ведомство будет отстаивать свою позицию в отношении киосков «Роспечати» «до последней инстанции».

22 февраля в УФАС по Алтайскому краю состоялась пресс-конференция по итогам работы в 2012 году. Журналисты попросили Степана Поспелова рассказать о развитии ситуации с газетными киосками «Роспечати» в Барнауле. Напомним, что в прошлом году администрация города исключила их из схемы размещения нестационарных объектов,

в связи с чем киоски должны были быть снесены.

Степан Поспелов, руководитель УФАС по Алтайскому краю: «Мы уже высказали свою оценку этой ситуации, СМИ об этом сообщали. С нашей точки зрения, антимонопольное законодательство нарушено со стороны органа местного самоуправления Барнаула и районных администраций города. Мы сделали все, что должны были сделать. Сейчас материалы находятся в арбитражном суде, наши решения оспариваются. Прогнозировать развитие ситуации сложно.

Суд есть суд, сами понимаете. Нам, безусловно, хотелось бы, чтобы наши решения оставили в силе. И мы будем их отстаивать до последней инстанции., так и должно быть. Потому что с нашей точки зрения права «Роспечати» исключительно нарушены. И мы выступаем за то, чтобы все объекты компании были оставлены на местах. Но какое решение вынесет суд, предсказать невозможно».

*Источник:
Региональный портал
«На Алтае.ру»*

Уральские издатели предложили меры поддержки бизнеса, торгующего прессой

Жители Тавды боятся остаться без газет и журналов:

в городе закрывается сеть газетных киосков.

Как рассказала «Российской газете» местная жительница, раньше горожанам было легко купить периодику — киоски находились в шаговой доступности, теперь же на весь город останется лишь несколько точек продаж. Печатные издания наряду с телевидением до сих пор остаются в глубинке одним из основных источников информации, в том числе местной.

Тем более что в Тавде значительная часть населения — люди пожилого возраста. Им привычнее читать газеты.

В местной администрации ситуацию объясняют тем, что в 90-е годы город не стал передавать розничную сеть по продаже печатных изданий предпринимателям, как сделали многие свердловские муниципалитеты, а оставил ее в своем ведении. Городскими газетными киосками, всего их пять, стало управлять специально созданное МУП «Роспечать». Однако в последние годы торговля стала приносить большие убытки.

— Содержание киосков дорого обходится муниципалитету: много средств уходит на оплату коммунальных услуг, которые растут в цене, на налоги, выросшие в 2011 году, на заработную плату сотрудникам, — рассказала «РГ» председатель комитета по управлению муниципальным имуществом и земельным отношениям администрации Тавды Галина Филимонова. — При этом небольшой оборот печатной продукции не позволяет муниципальному предприятию получать достаточную прибыль. Ситуацию усугубляет то, что из-за высоких издержек ему приходится устанавливать высокую цену на периодику, в результате тавдинцы предпочитают покупать газеты и журналы у нескольких частных распространителей, у которых расценки ниже.

По словам представителя мэрии, тавдинская «Роспечать» накопила большую кредиторскую задолженность, и сейчас у города нет средств, чтобы ее погасить. Фактически предприятие на грани банкротства, и, чтобы избежать этой процедуры, принято решение о его ликвидации. Администрация намерена продать киоски коммерческим структурам: выставить их на торги и за счет вырученных денег рассчитаться с кредиторами. Тем

более что законодательство предписывает муниципалитетам избавляться от непрофильных активов.

При этом чиновники уверяют, что без свежих газет и журналов местные жители не останутся. Крупная организация, которая занимается распространением периодики по всей области, уже выразила готовность приобрести киоски. Руководство города ожидает, что за счет своих масштабов и финансовых возможностей она сможет поставлять куда больше печатной продукции в Тавду и по более низким ценам.

В тавдинской мэрии признают, что крах городского предприятия отчасти обусловлен отсутствием грамотного менеджмента. Однако директор самого МУПа Елена Хомутова уверена: муниципальные распространители терпят убытки не потому, что не умеют работать, а потому что не могут сокращать издержки так, как это делают частники.

В глубинке заниматься реализацией прессы вообще невыгодно — слишком велики расходы на доставку при крайне низкой покупательской способности населения. Поэтому бизнес особого интереса к этой сфере не проявляет, а власти региона и муниципалитеты тоже не озабочены решением вопроса доставки печатной продукции в отдаленные населенные пункты. Таким образом, фактически нарушаются конституционные права граждан на получение достоверной информации, отмечают эксперты агентства по печати.

— Министерство связи и массовых коммуникаций РФ понимает эту проблему, — отметил на совещании в Екатеринбурге заместитель министра Алексей Волин, — но оно не может силой заставить муниципалитеты

развивать газетную торговлю, поэтому планирует разработать для них особые рекомендации. В них, в частности, будет прописано, сколько киосков по продаже печатных изданий должен иметь каждый населенный пункт. Мы будем тщательно контролировать, как исполняются наши рекомендации, и по итогам составлять соответствующие рейтинги регионов, которые, как ожидается, станут средством морального и политического давления на их руководство.

Как уточнил Волин, норма киосков для муниципалитетов пока просчитывается. Например, в Европе одна точка продаж периодики обслуживает 800 жителей. Однако очевидно, что российский бизнес пока не готов к созданию столь частой сети. Пока, по приблизительным оценкам, чтобы удовлетворить потребности российского населения, на каждые 3-4 тысячи горожан должен приходиться хотя бы один газетный киоск. Впрочем, замминистра подчеркивает, что норматив во многом будет зависеть еще и от возможностей и перспектив бизнеса — ему должно быть выгодно открывать новые точки.

Между тем

Уральское представительство Гильдии издателей периодической печати направило в Минкомсвязи свои предложения для включения в готовящиеся методические рекомендации. В частности, уральцы предлагают установить норматив — минимальный разумный срок аренды земли под киосками, который стимулировал бы собственников инвестировать в эти объекты без опаски, что договор аренды может быть расторгнут в любой момент. Кроме того, предлагается закрепить формы распространения периодической печати, которые местная власть обязана поддерживать, рекомендовать законодательным органам субъектов РФ рассмотреть вопрос о предоставлении льготных арендных ставок для розничных точек продаж прессы, а на федеральном уровне признать услугу по продаже периодики социально значимой, газеты и журналы — социально значимым товаром.

Источник:

«Российская газета»

Красота по-европейски

В Петербурге появятся ларьки «нового поколения»

После долгого перерыва на улицы Петербурга вернутся ларьки. Однако с убогими «стальными улитками» из 90-х они не будут иметь ничего общего. Чиновники обещают сделать ларьки как в Европе — красивыми и опрятными.



Городской киоск
в Испании

Внешний вид ларьков сейчас прорабатывается при участии специалистов комитета по градостроительству и архитектуре. В результате должны быть выработаны типовые решения, регулирующие облик торговых точек. В частности, в центральных районах города торговые точки будут выглядеть в соответствии с окружающим пространством и расположенными рядом зданиями. В спальных же районах архитектура ларьков будет попроще.



Киоск в Риме, Италия

В процессе подготовки новых правил, регулирующих открытие «нестационарных торговых точек», у представителей власти родился и еще целый ряд послаблений. В частности, сократить количество магистралей, вдоль которых запрещено устанавливать торговые точки. На сегодняшний день их 407, планируется же оставить только 40.

Также высказывались идеи сократить допустимое расстояние между ларьками и социальными объектами — больницами, спортивными объектами, зданиями государственной власти — с 50 м до 10 м. Однако данная инициатива не получила развития.



Уличный киоск в Уругвае

Напомним, что целенаправленная борьба против ларьков была начата властями города несколько лет назад при губернаторе Валентине Матвиенко. В частности, пострадали торговые точки, располагавшиеся возле станций метро и остановок наземного общественного транспорта, была установлена минимальная дистанция между ларьками и соцобъектами (школами, больницами и т. п.). Ревизии подвергся и ассортимент подобных торговых точек. Запретили продажу алкогольной продукции.

Во многих странах мира уличные киоски принято оформлять в национальных традициях — так, чтобы они сочетались с окружающей городской средой.

Фото
Globallookpress.com

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Марина Журавлева, председатель Ассоциации помощи малому и среднему бизнесу: «С одной стороны, это хорошо, что власти решили возродить малую торговлю после того, как она была практически разрушена за последние годы. С другой стороны, на какие средства восстановятся предприниматели, потерявшие свои торговые точки? Скорее всего, этим будут заниматься крупные фирмы, которые возьмут под себя мелкорозничную торговлю. Еще одна проблема — высокая стоимость аренды. При этом в ларьках сейчас запретили продавать пиво, но на хлебе и воде предприниматель не покроет расходов, связанных с высокой арендной платой».

СПРАВКА

По данным комитета по развитию предпринимательства и потребительскому рынку, в Санкт-Петербурге функционирует более 16,7 тыс. предприятий розничной торговли, из которых около 4 тыс. — объекты мелкой розницы (торговые зоны, павильоны, киоски, передвижные средства развозной и разносной торговли). На 1 января 2013 года обеспеченность жителей Петербурга торговыми площадями превысила 1 тыс. кв. м на 1 тыс. человек (для сравнения, в Москве обеспеченность жителей торговыми площадями составляет 784 кв. м на 1 тыс. человек). При этом действующий ныне норматив минимальной обеспеченности населения торговыми площадями в Санкт-Петербурге, рассчитанный по методике Минпромторга РФ, составляет 600 кв. м на 1 тыс. жителей. При этом в целом мелкорозничная торговля в Санкт-Петербурге насчитывает 16,7 тыс. предприятий различных типов, видов и форм, из которых 3670 — отдельно стоящие, нестационарные объекты розничной торговли.

Источник: SmartNews

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 — **Гайдецкий Владислав Эдуардович**

Просим клиентов обращаться по вопросам:

— **координации работы коммерческого отдела** к Гайдецкому Владиславу Эдуардовичу (коммерческий директор) v.gaydetsky@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», отражения и оформления 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), Щедренко Тамаре Сергеевне (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: yude@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



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



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



Тюмень,
ул. Первомайская, 11
Время работы магазина: с 7:00 до 17:00.
Тел. (3452) 55-23-70

GEO

№04(181)
АПРЕЛЬ 2013
15 ЛЕТ В РОССИИ

АРКТИКА

Гонка за сокровищами



А также:
русский Париж,
война за сайгака,
Николай Вавилов



Заказывайте в АРПИ "Сибирь"!

GP Batteries
Заряжаем светлое будущее

НАЦЕНКА 100%
розничной сети

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



**ИДЕАЛЬНОЕ СООТНОШЕНИЕ
ЦЕНА / КАЧЕСТВО**

