



ПРЕССА в Сибири

№ 17-18 (554) 27 мая • 9 июня 2013 г. www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

Представляем вам
специальный, летний проект
«ДАЧНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ» от
журнала «ЛЮБИМАЯ ДАЧА»

ЛЮБИМАЯ Дача

УВАЖАЕМЫЕ ПАРТНЕРЫ!

В Дачную коллекцию входят 5 отдельных изданий, рассказывающих о самых популярных цветах на даче. Каждое издание полностью охватывает весь спектр вопросов и дает исчерпывающую информацию о цветах – разнообразие видов, как сажать, как ухаживать, подготовка к зиме и многие другие актуальные вопросы.



ДАЧНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ:

«ДАЧНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ.
Пионы»
№01/2013
«ДАЧНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ.
Хризантемы»
№02/2013
«ДАЧНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ.
Нарциссы»
№03/2013
«ДАЧНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ.
Тюльпаны»
№04/2013
«ДАЧНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ.
Ромашки»
№05/2013

Формат 180x225, 26 полос
Твердая гляцевая обложка,
крепление на скрепке
Качество полиграфии –
как журнал «ЛЮБИМАЯ ДАЧА»
Стандарт пачки: 100 экз.
Вес экз. – 45 гр.

Рекомендованная
розничная цена: 32 руб.
Срок реализации: 60 дней
Дата сдачи заказа в
«АРПИ Сибирь» – 28.05.2013
Первый день продаж –
24.06.2013

ЗАКАЗЫ ПРИНИМАЮТСЯ ОТДЕЛЬНО НА КАЖДОЕ НАИМЕНОВАНИЕ

В НОМЕРЕ

XXIV СЕМИНАР
АРПИ «СИБИРЬ»:

НОВАЯ ЖИЗНЬ ПАРТВОРКОВ

●
НОВОСТИ

страницы 2

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1–40

новости отрасли

страницы 3–6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7–8

**ПЕРЕЗАГРУЗКА
СКАНВОРДЫ
в картинках**

**100 СТРАНИЦ
УВЛЕКАТЕЛЬНЫХ
СКАНВОРДОВ
И ГОЛОВЛОМОК!**

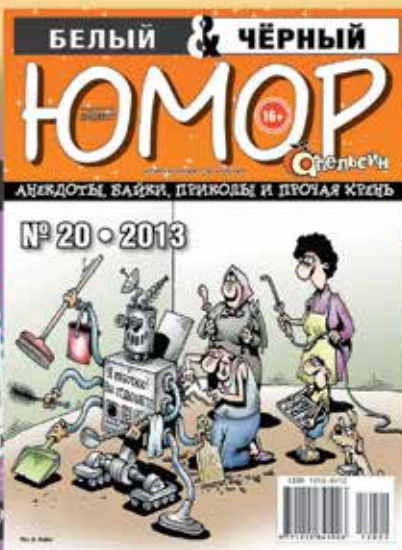
Периодичность:
1 раз в месяц

Сбор заказа
до 3 июня

Формат А4
Цветность:
обложка 4+4;
внутри 2+2

ИД «АПЕЛЬСИН»

ПРЕДСТАВЛЯЕТ
свои лучшие издания



Продать много недорогих изданий легче и выгоднее, чем 1-2 журнала!
ПРИ ХОРОШЕЙ ВКЛАДКЕ ПРОДАЁТСЯ ОТ 15 до 50 шт. С ТОЧКИ!

город
медиа

представляет

На даче + постер
в подарок

Спецвыпуск журнала «Всему свету по совету» №6 (110)

«ВСПС. На даче» – это:

- ✔ секреты выращивания огородных культур;
- ✔ советы дачников-любителей и профессионалов;
- ✔ удобный формат.

В номере:

- высадка в грунт;
- опрыскивание и полив: делимся опытом;
- собираем и скашиваем травы;
- боремся с болезнями и вредителями;
- дачная косметика;
- работы в саду и огороде;
- первые заготовки.

Характеристики издания:

Формат – А5 + А3 (постер)

Объем – 68 полос

Полноцвет

Обложка – мелованная бумага, скрепка

Внутренний блок – газетная бумага

Стандарт пачки – 50 шт.

Вес 1 экз. – 68 г



Уважаемые коллеги!

Основная тема этого номера журнала «Пресса в «Сибири» — будущее партворков. Бытует мнение, что рынок коллекционных изданий умирает. На XXIV семинаре АРПИ «Сибирь» «Повышение продаж периодической печати» о тенденциях развития рынка партворков рассказал заместитель генерального директора по специальным проектам ООО «Бурда Дистрибьюшен Сервисз» Кирилл МАКУРИН.

Общий прогноз — оптимистический. Подробности читайте на страницах 4-6.

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 **22.05.2013 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 №ФС77-23814 от 28.03.06 г. выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовой коммуникации и охране культурного наследия.

«ЗОЖ», пожалуй, единственное издание, от которого легче жить. Он подобен хорошему врачу: если болен, растерян — даст совет, одинокого человека познакомит с хорошими людьми, успокоит, поднимет настроение.

Про лопух и березу

Фитнес для пенсионеров

В союзе с целебными растениями

Мягким средством по острой проблеме



ИТОГИ ПОБЕДЫ ЗАПАХ...
Заметил, что на Дня Победы, На праздник радостный такой, Слезу из глаз отмы и дышу Счастьем урядного расуи.
Им горек у Победы запах И вечно в памяти живы Поля, уходящие на Замлад И не приходящие с войны.
И потому у ветеранов С улыбкой радости слеза Провит ноющую рану И затуманит нудит глаза.
Адрес: Лягушо Николай Анатольевич, 445054 Самарская обл., г. Тольятти, ул. Мира, д. 111, кв. 307.

«МЕХАНИК ПОГОДИН» — СНОВА В СТРОЮ!
Мой дед, Иван Алексеевич Погодин, погиб 4 августа 1942 года. Пароход «Мартин Ладе», на котором он был механиком, участвовал в обороне Сталинграда, перевозил раненых бойцов. Судно подорвалось на mine у Каменного яра, весь экипаж погиб. На одной из памятных плит Мамаева кургана в Волгограде высечена фамилия деду.
После войны по Волге ходил пароход «Механик Погодин», названный в честь деду. Когда мне было 12 лет, мы побывали на этом судне. А мой отец — Геннадий Иванович и мой старший брат Александр Геннадьевич Погодины всю жизнь посвятили речному флоту, тоже были механиками.
Недавно праправнук деду Александр Погодин нашел в Интернете сведения, что, оказывается, в 2011 году на заводе «Красное Сормово» был спущен на воду танкер «Механик Погодин» водоизмещением 5530 тонн, имелось и фото этого танкера. Нашей радости не было предела!
Сейчас у деду четыре правнука и восемь праправнуков, а в — внука механика Погодина.
Адрес: Субботин (Погодин) Людмила Геннадьевна, 413865 Саратовская обл., г. Балаково, ул. Свердлова, д. 15, кв. 3
Ваш адрес для писем: 101000 г. Москва, а/я 218. Вестник «ЗОЖ»

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма издания	Наименование	№	↑↓	Опт	База	Розница
г	Мир криминала	2013/23	↑	18,10	20,10	28,00
г	Моя прекрасная дача Спецвыпуск.»Лунный посевной календарь 2014»	2013/11/С	↑	27,60	31,00	39,00
г	Пирамида сканвордов	2013/23	↑	7,65	9,50	17,50
г	Сканворды - В Яблочко!	2013/23	↑	7,35	8,20	11,00
г	Сканворды - Клякса	2013/12	↑	5,80	6,40	13,00
г	Сканворды - Соломон	2013/23	↑	7,65	9,50	17,50
г	Сканворды с поворотными стрелками	2013/7	↑	11,10	12,30	15,50
г	Сканворды Сложные	2013/7	↑	11,10	12,30	15,50
г	Столетник	2013/11	↑	11,20	12,60	16,00
г	Удачный сканворд	2013/12	↑	6,65	6,90	14,50
г Абакан	Теле-Семь (Абакан)	2013/24	↑	18,00	20,00	22,00
ж	777.Спецвыпуск.Едет тёща на курорт	2013/1	↑	31,95	35,90	45,00
ж	Computer Bild + DVD	2013/11	↑	88,70	98,50	125,00
ж	KNIT&MODE (Вязание и Moda)	2013/9	↑	42,15	46,70	70,00
ж	Panini Collections Marvel. Играй и учись с Человеком-Пауком	2013/6	↑	92,65	102,90	130,00
ж	Ателье	2013/8	↑	83,20	91,60	135,00
ж	Вышитые картины	2013/8	↑	53,40	59,20	90,00
ж	Вязание - ваше хобби	2013/8	↑	50,70	56,20	85,00
ж	Вязание - ваше хобби. Спецвыпуск	2013/3	↑	49,85	55,80	80,00
ж	Вязание для Вас	2013/8	↑	11,25	12,50	16,50
ж	Дачная Коллекция. Пионы (Казахстан)	2013/1	↑	17,20	19,10	23,00
ж	Дачная Коллекция. Пионы	2013/1	↑	21,25	23,70	28,00
ж	Джинн. Журнал сканвордов	2013/7	↑	45,35	50,40	70,00
ж	Диана Креатив	2013/8	↑	33,35	36,90	55,00
ж	Диана Моден	2013/8	↑	69,75	77,40	115,00
ж	Диана Моден Спецвыпуск	2013/5	↑	73,35	81,40	120,00
ж	Дом в саду. Настенный Календарь	2013/2014	↑	14,45	15,70	22,00
ж	Домашний Доктор. Настенный календарь. Здоровье	2013/2014	↑	16,55	17,90	25,00
ж	Домашний Доктор. Настенный календарь. Православный	2013/2014	↑	16,55	17,90	25,00
ж	ДС Люблю готовить Отрывной календарь 2014	2013/2014	↑	23,60	25,60	35,00
ж	Империя сканвордов	2013/4	↑	100,45	112,70	145,00
ж	Ирэн	2013/4	↑	68,30	75,70	105,00
ж	Коллекция идей	2013/13	↑	37,50	41,00	60,00
ж	Коллекция идей. Спецвыпуск	2013/2	↑	49,95	54,60	80,00
ж	Лена Рукоделие	2013/8	↑	52,90	58,10	85,00
ж	Лена Рукоделие. Спецвыпуск	2013/5	↑	47,80	53,10	70,00
ж	Любимая дача	2013/8	↑	60,60	67,30	105,00
ж	Любимая дача. Спецвыпуск	2013/7	↑	58,65	64,80	95,00
ж	Маленькая Диана	2013/8	↑	33,05	36,70	55,00
ж	Маленькая Диана Спецвыпуск.	2013/9	↑	38,80	43,10	65,00
ж	Мой прекрасный сад. Настенный Календарь	2013/2014	↑	24,80	27,60	39,00
ж	Наталья	2013/5	↑	50,90	56,40	85,00
ж	Пирамида сканвордов. Спецвыпуск	2013/6	↑	31,35	34,70	45,00
ж	Похудей	2013/8	↑	30,65	33,90	50,00
ж	Сабрина	2013/7	↑	47,85	52,90	80,00
ж	Сабрина	2013/8	↑	58,85	65,10	100,00
ж	Сабрина Бэби	2013/6	↑	58,30	64,70	90,00
ж	Сабрина Бэби	2013/8	↑	5511,50	6110,90	8450,00

МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма издания	Наименование	№	↑↓	Опт	База	Розница
ж	Сабрина Бэби	2013/9	↑	58,30	64,70	90,00
ж	Сабрина Вязание для детей от * до ** лет	2013/5	↑	58,20	64,50	95,00
ж	Сабрина Спецвыпуск	2013/8	↑	56,65	63,00	85,00
ж	СамаЯ Спецвыпуск	2013/5	↑	14,40	16,00	21,00
ж	Сканворды в картинках	2013/7	↑	30,75	33,70	70,00
ж	Стильные прически	2013/8	↑	47,55	52,60	80,00
ж	Судoku средней сложности	2013/6	↑	11,20	12,50	15,50
ж	Сюзанна-Вязание	2013/8	↑	40,75	45,20	70,00
ж	Сюзанна-Рукоделие	2013/4	↑	84,20	93,40	130,00
ж	Твой любимый дом	2013/7	↑	11,90	13,20	19,50
ж	Филворды	2013/6	↑	11,20	12,50	15,50
ж	Цифровые сканворды от ПИРАМИДЫ	2013/7	↑	31,75	35,20	45,00
ж	ШИК: Шитье и Крой	2013/8	↑	71,05	78,30	115,00
ж	ШИК: Шитье и Крой. Спецвыпуск	2013/3	↑	73,70	81,20	120,00
пр	1000 секретов Календарь 2014 Котят	2013/21/С	↑	24,05	25,20	34,00
прт	М20 «Победа». Спецвыпуск	2013/20	↑	440,60	489,60	600,00
прт	МиМ. Маша и Медведь	2013/8	↑	163,05	182,90	240,00

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ

РЕМИССИЯ

ИЗДАТЕЛЬСТВО «За рулём» увеличило процент ремиссии на журналы «За рулём» и «Мото» начиная с №5/2013.

Беспрецедентное увеличение процента ремиссии:
журнал «За рулём» — возврат 100% (ранее 10%);
журнал «Мото» — возврат 100% (ранее 20%).
Увеличивайте заказы — повышайте продажи!

ПРОДЛЕНИЕ СРОКА РЕАЛИЗАЦИИ

СРОК реализации журнала Forbes №05/2013 продлевается. Новая дата возврата в Новосибирск 19 июня. Журнал Forbes №05/2013 будет находиться в продаже одновременно с Forbes №06/13.

ПРОДЛЕНИЕ КОЛЛЕКЦИИ

ВЫПУСК коллекционного издания «Дворцы и усадьбы» Издательского дома «Де Агостини» продляется до №150.

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИЗДАНИЙ

ИЗДАТЕЛЬСТВО «Эрфолг» в июне 2013 года объединяет две газеты «Мой цветок» и «Мой огород и сад». Обновлённое объединённое издание будет выходить с июня 2013 года под названием «Мой огород и сад». Штрих код газеты «Мой огород и сад» остаётся без изменений.

XXIV СЕМИНАР: ФОТООТЧЁТ

На нашем сайте появился альбом с фотографиями с XXIV семинара АРПИ «Сибирь» «Повышение продаж периодической печати». Приглашаем вас на страницу семинара! (www.sibir.su)

РЕБРЕНДИНГ



У ЖУРНАЛА «Дачный клуб»

Издательского дома «Город Медиа» изменилась концепция издания. Начиная с №6 журнал будет выходить в новом дизайне, на мелованной бумаге и с качественно изменённым содержанием.

Технические характеристики:

Формат — А5. Объём — 68 стр. Полноцвет. Обложка — мелованная бумага, скрепка. Внутренний блок — мелованная бумага.

ИЗМЕНЕНИЕ НАЗВАНИЯ

ЖУРНАЛ «100 проектов коттеджей» ИД «Красивые дома пресс» начиная с № 2 (39) 2013 будет выходить под названием «Проекты красивых домов». Штрих-код остаётся без изменений — 977680777001.

ИЗМЕНЕНИЕ ШТРИХ-КОДА

ИЗДАНИЕ «Страна советов, секретов, рецептов» спецвыпуск «Дача круглый год» Издательской группы «Питер-Медиа» с № 10-с (дата выхода 30 мая) становится самостоятельным изданием «Дача круглый год». Новый штрих-код газеты «Дача круглый год» — 4 607-150-350083 (+5). Остальные характеристики остаются без изменений.

Новая жизнь партворков



На протяжении последних лет часто приходится слышать утверждение, что рынок коллекционных изданий умирает, продажи партворков падают и дальше будет только хуже и хуже. На XXIV семинаре АРПИ «Сибирь» о развитии рынка партворков рассказал заместитель генерального директора по специальным проектам ООО «Бурда Дистрибьюшен Сервиз» Кирилл МАКУРИН.

Коллекционные издания появились на рынке в 2005 году и в течение пяти лет каждый год объем реализации партворков показывал рост в 20, а то 40% в год. С точки зрения продаж экземпляров 2010 год был самым массовым — «Бурда Дистрибьюшен Сервиз» с помощью партнёров реализовала 76 млн экземпляров коллекционных изданий за год. Снижение продаж после 2010 года связано в первую очередь с тем, что издатели переходят от масс-маркетных изданий к нишевым коллекциям. С каждым годом, в том числе в 2013 году,

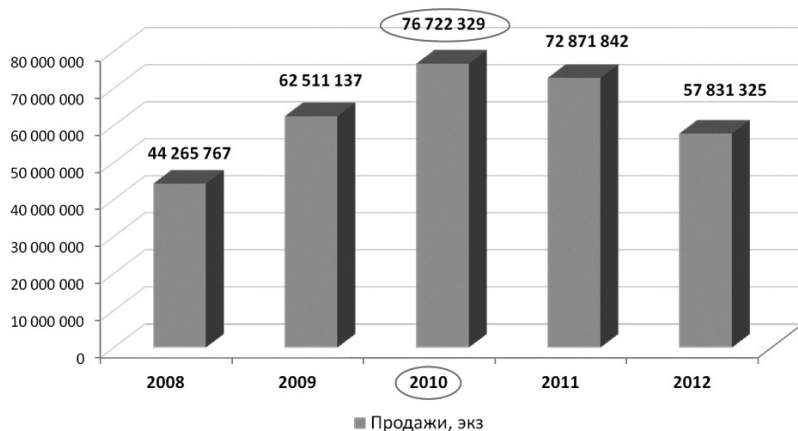
нишевых коллекций будет всё больше и больше.

Картина в деньгах выглядит так же. Несмотря на то, что в 2011 году в копиях было продано меньше чем в 2010 году, показатели в рублях за 2011 год при этом больше, чем в 2010 году. И I квартал 2013 года показал, что тенденции сохраняются. Если подвести краткий итог, то можно увидеть, что совокупные продажи в 2012 году составили 79% от продаж 2011 года, при этом оборот составил 90% от 2011 года.

Как отметил Кирилл Макурин, основной тенденцией реализации коллекционных изданий в этом году будет сокращение печатных тиражей и оптимизация ремиссии.

В этом году издатели изначально планировали снижение тиражей. При этом в дальнейшем падение тиражей будет больше, чем падение оборотов. Несмотря на это издатели партворков считают 2013 год стабилизационным, в связи с тем, что большинство запущенных и готовых к запуску коллекций — нишевые. Основная особенность этих коллекций — длительность и сравнительно меньшее падение «на хвосте» тиража. «Из десяти наших запусков этой зимы всего две коллекции масс-маркетные, остальные из категории билд-апы** и нишевые», — пояснил Кирилл Макурин.

Динамика продаж коллекционных изданий, в экз.* 2008–2012 гг.



* DeAgostini и GeFabbri Editions

Индекс продаж 2012/2011 — 0,79

XXIV семинар АРПИ «Сибирь»: Новая жизнь партворков

Вторая тенденция, которой придерживаются издатели — снижение количества отгружаемых копий и существенное сокращение ремиссии. «Средняя ремиссия в I квартале прошлого года по нашим пакетам была 34%, — говорит Кирилл Макурин. — В этом году средняя ремиссия составила 17%. Безусловно, у нас есть дефицитные продукты, это связано, в первую очередь, с оптимизацией тиражей. Сейчас уже нет задачи максимально насыщать торговые точки, как мы это делали с массовыми коллекциями. С нишевыми продуктами надо работать гораздо внимательнее, качественно с точки зрения управления. Есть большой ряд изданий, которые мы изначально рекомендуем не развивать по всем торговым объектам. Распространителям необходимо изучить рынок: посмотреть, где продаются аналогичные продукты, выбрать точки с наибольшей проходимостью и именно там реализовывать нишевые коллекции. Внимательный анализ крайне необходим».

Так же Кирилл Макурин уделил внимание продаже партворков через сети супермаркетов: «Рынок коллекционных изданий, так же как рынок традиционной прессы, постепенно развивается в сторону супермаркетов — доля продажи коллекционных изданий в супермаркетах за год увеличилась в 2 раза (в 2011 году — 1,5%, в 2012 — 3%, в некоторых случаях до 12%). Что касается воровства, о котором мы слышим каждый раз, когда речь заходит о поставках, могу сказать, что конечно воровство есть, но в общем объеме оно незначительно. Сейчас некоторые издатели готовы делать антивандальную упаковку для супермаркетов. Я думаю, постепенно и издателям, и распространителям, и дистрибьюторам надо будет задуматься о поставках партворков

****Билд-ап** — от англ. *build up* — *строить, постепенно создавать*, коллекции со сборными конструкциями, элементы которых собираются в течение периода выпуска издания.

в супермаркеты. Потребитель, который уже привык покупать прессу в супермаркетах, вынужден искать выпуски в других местах продаж, или не покупать их совсем».

Большое внимание в презентации было уделено дополнительным возможностям при продажах партворков. «Все мы говорим: как быть, что делать, куда двигаться дальше? — обратился к аудитории Кирилл Макурин. — За последние три года к коллекционным изданиям выпущено огромное количество различных дополнительных элементов. Мы продавали пульта для Мерседеса, свечи накаливания, стеллажи для парфюма, шкафы для книг, подставки для кукол. Если бы мне 5 лет назад сказали о том, что мы будем торговать таким товаром в киосковых сетях и в продовольственных магазинах, я бы не поверил».

На территории Российской Федерации пока ещё многие распространители не готовы работать с дополнительными элементами, потому что не знают как это делать. На презентации были озвучены аргументы в пользу работы с этой группой товара.

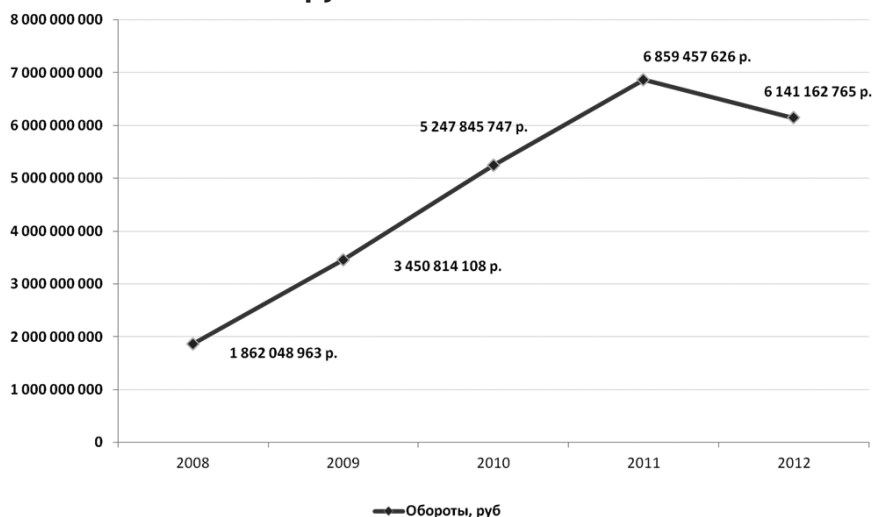
За три года «Бурда Дистрибушн Сервис» реализовала 8 млн экземпляров подобных наименований на 497 млн рублей. Дополнительные

элементы к коллекциям — это высокомаржинальный товар. Например, каркас «Дома мечты» стоил 2999 по купону, при этом маржа была в пределах 800 рублей с единицы товара. «Мы вместе с нашими коллегами, в том числе с АРПИ «Сибирь», продали 27 000 домов. Так вот «ДеАгостини» по «Горячей линии» продали ещё столько же. Это тот потенциал, который мы вместе с вами упустили, и на котором вы могли заработать», — обратился Кирилл Макурин к собравшимся распространителям.

Кроме высокой маржинальности главное достоинство дополнительных элементов — побуждение потребителей собирать коллекцию дальше. Наглядно демонстрирует это опыт продажи боксов под камни к коллекции «Минералы. Сокровища земли». Боксы выходили каждый 20-й номер, и как только человек заканчивал собирать очередной бокс, наблюдалось значительное снижение продаж — следующий бокс многие не собирали. По предложению распространителей новые боксы начали выпускать раньше, чем заполнялся предыдущий бокс. Сейчас отдельно продаются и боксы, и папки, и многие другие элементы разных коллекций.

Так же Кирилл Макурин ответил

Динамика оборота коллекционных изданий, в руб.* 2008–2012 гг.



* DeAgostini и GeFabbri Editions

Индекс по обороту 2012/2011 — 0,90

XXIV семинар АРПИ «Сибирь»: Новая жизнь партворков

собранным на волнующий всех вопрос о причинах возникновения дефицита: «Прежде чем устанавливать цены на запуски, мы делаем тесты. Чтобы максимально вычислить цену и тираж, продукты тестируются не раз, и не два. С каждым годом растёт качество продуктов и тестов. Всё сложнее становится проецировать результаты тестов на национальный тираж, сейчас возникла необходимость поменять

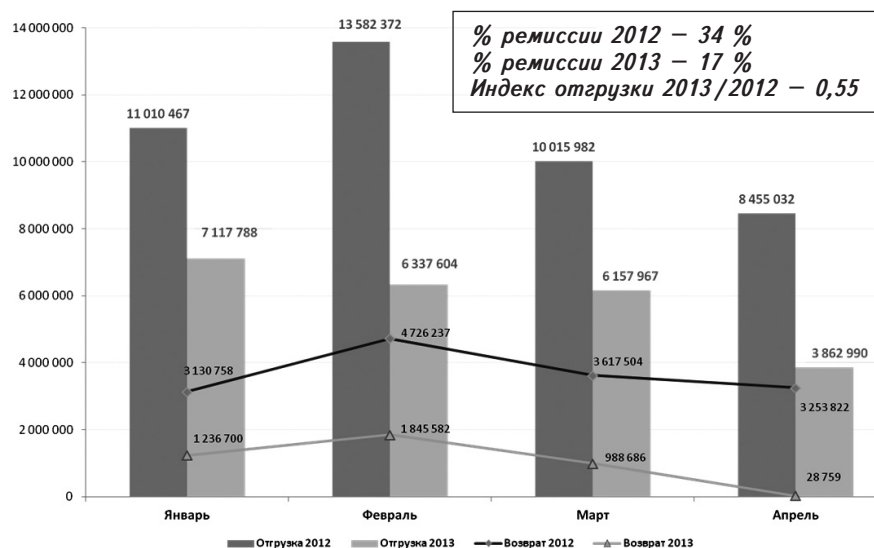
часть тестовых зон. Все дефициты возникают из-за ошибок, которые произошли ещё на этапах планирования. Например, тест коллекции «Солнечная система» в Самаре дал проекцию на национальный тираж 120 000 экз., тест во Владимире показал тираж 60 000 экз. Издатель на свой риск сделал тираж 85 000 экз. Уже сейчас мы понимаем, что надо было делать 120 000 экз., тогда бы не было такого дефицита.

К сожалению, дефицит есть и он будет иногда возникать. Но издатели прилагают максимум усилий, чтобы нивелировать количество этих расходов и стараются максимально точно прогнозировать тиражи, проводя тесты по 4-5 раз».

Несмотря на заверения пессимистов, рынок партворков не торопится умирать. И даже напротив, демонстрирует качественное изменение ассортимента коллекционных изданий. Издатели уже отреагировали на новые потребности и ожидания покупателей — преобладание в запусках билд-апов и нишевых коллекций явное тому подтверждение. Дальнейшая жизнь партворков зависит от распространителей, и главная их задача — освоить новый принцип работы с коллекционными изданиями. Те приёмы, которые были освоены и успешно применялись в 2008 году, уже не принесут высоких продаж в новых условиях. Более того, ошибки распространителей приведут к серьёзным убыткам. А вот внимательное изучение рынка, выбор точек продаж — напротив, сделает партворки новым стабильным источником дохода.

Пресс-служба АРПИ «Сибирь»

**Отгрузка / ремиссия коллекционных изданий
2012-2013, в экз.* (I квартал)**



* DeAgostini и GeFabbri Editions

РЕКЛАМА

Доходы печатных СМИ впервые заметно снизились

В I квартале этого года рекламодатели потратили на продвижение в газетах и журналах 8-8,3 млрд руб. — это на 5% меньше, чем за тот же период 2012 г., подсчитали эксперты Ассоциации коммуникационных агентств России.

Печатные СМИ оказались единственным медиа, доходы которого в начале года снизились. Весь рынок рекламы в России за первые три месяца вырос на 14% до 70-71 млрд руб. В сегменте прессы быстрее всего падают доходы рекламных изданий: минус 11% до 2,3-2,4 млрд руб. И это падение заметно ускорилось: в целом за прошлый год доходы рекламных СМИ уменьшились только на 1%. Журналы и газеты потеряли в I квартале по 2% выручки от рекламы. Главная причина падения доходов прессы — запрет на рекламу алкоголя, который начал действовать с января, говорит эксперт аналитического центра «Видео интернешнл» Александр

Ефремов. С этим согласны заместитель гендиректора Издательского дома «Комсомольская правда» Владислав Гемст и президент Hearst Shkulev Виктор Шкулев. По оценке Гемста, продвижение алкоголя приносило газетам до 5% рекламной выручки, журналам — до 20%. Другие рекламодатели практически не увеличили свои бюджеты в прессе, указывают они: рынок стагнирует. Издатели не ожидают улучшения ситуации во II квартале. С июня в газетах и журналах начнет действовать новый запрет — теперь на рекламу сигарет. Их производители сейчас пользуются последними неделями, когда можно продвигать свою продукцию в печатных СМИ, и тратят большие бюджеты, рассказал Шкулев, но это не компенсирует выпадающих доходов в июне. На сигареты, по оценке Гемста, приходится 2-3% рекламных доходов прессы.

Журдом.ру

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: uyde@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



Бердск,
ул. Островского, 55



Томск,
пер. 1905 года, 6/3



Курган,
ул. Кирова, 109, ст. 3



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



Искитим,
ул. Советская, 254



Омск,
пр-т К. Маркса, 45а



Тюмень,
ул. Первомайская, 11



ELLE

Июль 2013

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ
digital network



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ:
ЖУРНАЛ + iPad

Special Offer Print + iPad



КУЛЬТУРА
culture

ГЕРОИНЯ: актриса и модель
ЮЛИЯ СНИГИРЬ
Heroine: actress and model Yuliya Snigir

КНИГИ: ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО АФРИКЕ
Books: travel books on Africa

ELLE ОБСУЖДАЕТ: ПОЧЕМУ АГРЕССИЯ
НУЖНА?
Feature: why aggression is needed?

+ ЮВЕЛИРНАЯ СЕКЦИЯ
+ jewelry section

КРАСОТА
beauty

ГЛАВНЫЕ КОМЕТИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ
Main Beauty Trends

МАКИЯЖ С ОБЛОЖКИ
Cover-story make-up

BEAUTY ДЕТАЛЬ: ПРОГРАММА МИНИМУМ
НА ЛЕТО – ЗАБОТА О ВОЛОСАХ, ЛИЦЕ И
ТЕЛЕ
Beauty feature: minimum program for summer –
hair, face and body care

ELLE ТРЕНД: 10 ЛУЧШИХ ТОНИРУЮЩИХ
БАЛЬЗАМОВ ДЛЯ ГУБ
ELLE trend: 10 best tinted lip conditioners

МАСТЕР-КЛАСС: TONI & GUY FOR
MATTHEW WILLIAMSON
Master class: Toni & Guy for Matthew Williamson

СТИЛЬ ЖИЗНИ
lifestyle

ПУТЕШЕСТВИЕ: САФАРИ В НАМИБИИ,
ДОМИНИКАНА
Travel: Safari in Namibia, the Dominican Republic

HOT SPOTS: ГШТААД (ШВЕЙЦАРИЯ),
МАЙОРКА
Hot Spots: Gstaad (Switzerland), Mallorca

ЕДА: РЕСТОРАН «АНТРЕКОТ» - МНЕНИЕ
АЛЕКСЕЯ ДОРОЖКИНА
Food: restaurant «Antrekot» - in the eyes of
Alexey Dorozhkin

СВЕТСКАЯ ХРОНИКА: ВЫСТАВКА В
ПАРИЖЕ, ПОСВЯЩЕННАЯ АРОМАТУ
CHANEL №5
High Life: exhibition in Paris dedicated to Chanel
№5 perfume



marie claire

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**

