

**КАРАВАН**  
историй

.....  
АПРЕЛЬ 2021

## О ЖУРНАЛЕ

Журнал **«Караван историй»** – это красочное иллюстрированное издание.

**«Караван историй»** – это самые захватывающие истории, связанные с известнейшими людьми, историческими событиями, традициями.

**«Караван историй»** – это высочайшее качество дизайна и полиграфии, обилие уникальных и оригинальных фотографий и материалов, что определяет восприятие журнала как высокохудожественного издания.

Издается с марта 1998 года. Тираж 160 000 экз.  
Полноцветное издание 196 страниц. Печатается в Финляндии.  
Распространение: розничная продажа





# ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

Love Story

Искусство жить

Настроение

Звездный след

Имена

Династия

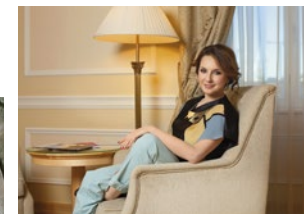
Факт

Мода

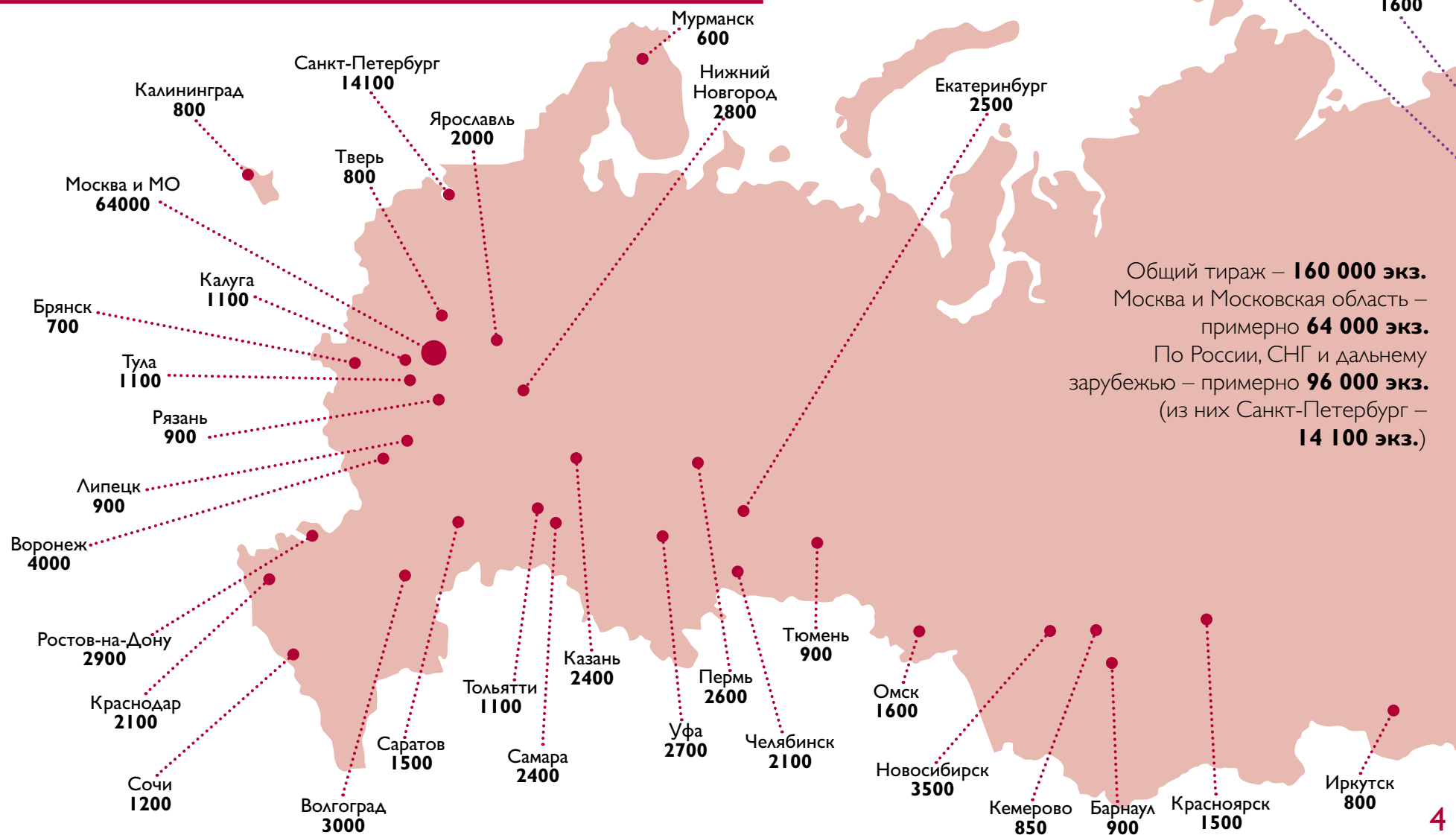
Красота

Стиль жизни

Гороскоп



# РАСПРОСТРАНЕНИЕ



# АУДИТОРИЯ

## АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА В МОСКВЕ

Представляем данные по аудитории одного номера и полу-годовой аудитории наиболее популярных женских и семейных ежемесячных журналов в процентах от взрослого населения Москвы и в абсолютных цифрах:

<b>Караван историй</b>	<b>3,6%</b>	<b>383 700</b>
Cosmopolitan	3,2%	336 200
Vogue	1,9%	199 900
Домашний очаг	1,7%	181 200
Glamour	1,6%	164 600
Коллекция Караван историй	1,5%	156 500
Elle	1,2%	122 000

# АУДИТОРИЯ

## АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» в процентах от взрослого населения и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	3,2%	1 976 600
<b>Караван историй</b>	<b>2,6%</b>	<b>1 603 400</b>
Домашний очаг	1,5%	891 500
Vogue	1,4%	835 600
Glamour	1,2%	764 500
Коллекция Караван историй	0,8%	489 000
Elle	0,6%	367 100

## СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по России	3,1%	1 919 100
по Москве	4,5%	474 900
по Санкт-Петербургу	3,4%	155 800

# АУДИТОРИЯ

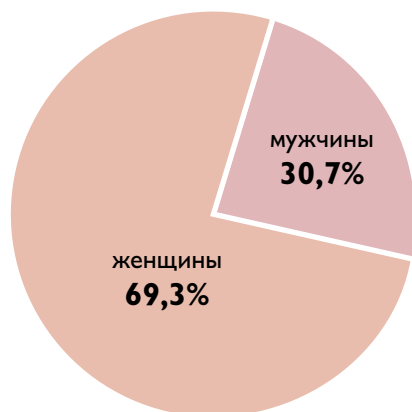
Аудитория одного номера журнала «Караван истории» в основных округах России (чел.):



# АУДИТОРИЯ

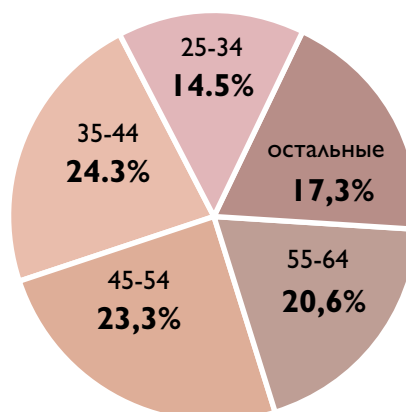
## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

### 1. Пол



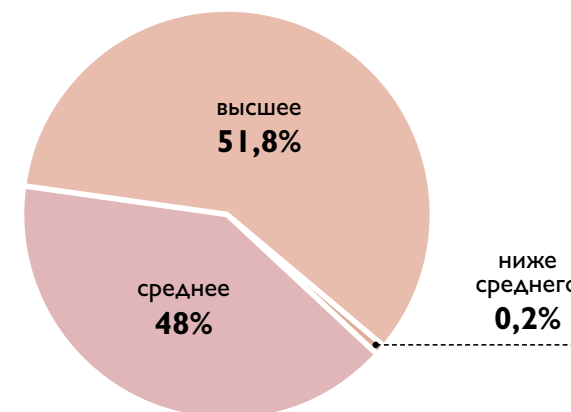
Хотя большинство читателей журнала «Караван историй» составляют женщины, среди его читателей 30,7% мужчин, то есть журнал более универсален по сравнению с традиционно женскими изданиями.

### 2. Возраст



Журнал «Караван историй» одинаково интересен для всех основных возрастных групп читательской аудитории, причем в ней преобладает наиболее потребительски активная группа – от 35 до 54 лет.

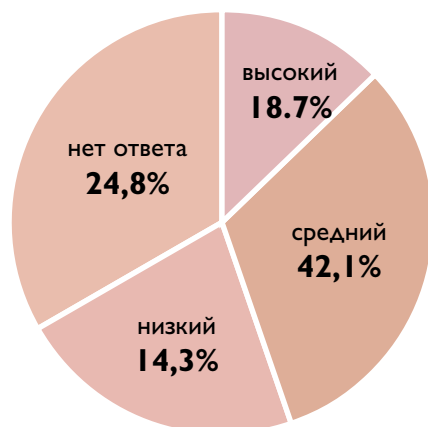
### 3. Образование





# АУДИТОРИЯ

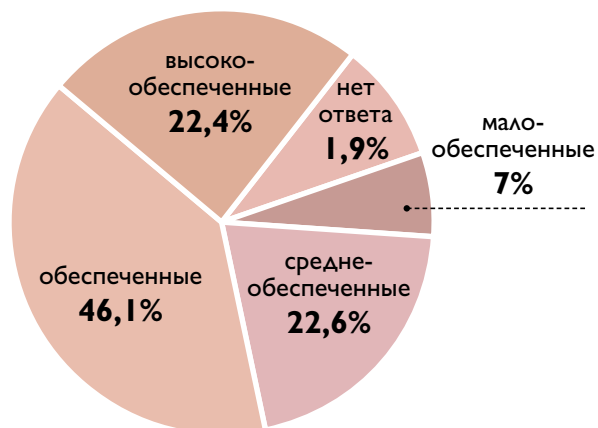
## 4. Доход



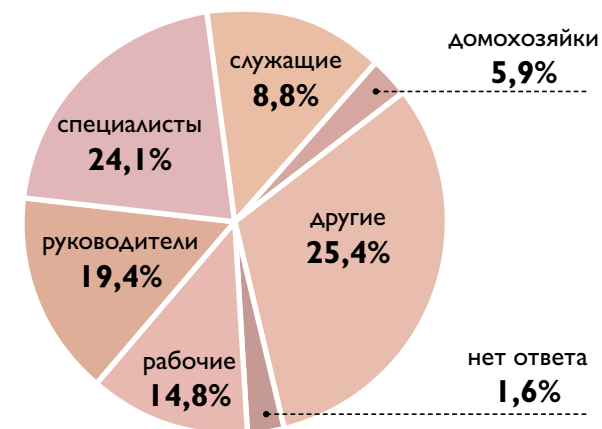
Необходимо отметить, что опрошиваемые в ходе исследования читатели не особенно охотно отвечают на вопрос о доходах – отказались ответить 24,8%. Поскольку при проведении опросов существует тенденция занижения реального уровня доходов, можно предположить, что низкий и средний доход скорее говорят о доходе среднем и выше среднего.

## 5. Финансовый статус

Финансовый статус определяется исходя из данных о затратах на продукты питания. «Высокообеспеченные» тратят на продукты питания менее 25% семейного дохода, «обеспеченные» – 25–50%, «среднеобеспеченные» – 50–75%, «малообеспеченные» – более 75% семейного дохода. В аудитории «Каравана историй» эти группы читателей занимают следующие доли:



## 6. Социальный статус



# РАСЦЕНКИ

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2021

Размер	Стоимость, руб.
I/I полоса	680 000
I/2 полосы	470 000
I/3 полосы	320 000
Разворот	I 180 000
Первый разворот	I 650 000
Второй разворот	I 450 000
Третий разворот	I 350 000
I/I рядом со словом Главного редактора	840 000
Первая I/I рядом с содержанием	800 000
Вторая I/I рядом с содержанием	780 000
I/I рядом с выходными данными	800 000
II обложка	975 000
III обложка	820 000
IV обложка	I 260 500

Внимание! Расценки не включают НДС.

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В РУБРИКЕ «CLASSIFIED» ЖУРНАЛА «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2021

Формат	Стоимость, руб.
I/4 полосы	105 000
I/8 полосы	65 000
I/16 полосы	37 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

Рекламным агентствам предоставляется скидка 15%.

## НАЦЕНКИ ПРИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ

В первой статье номера	20%
На правой полосе	20%
Первая половина журнала	20%
Первая реклама определенной категории товара	20%
Размещение 2 -3 макетов последовательно	20%
Размещение 2 макетов на развороте	20%
Размещение в определенной рубрике	20%
Реклама нестандартного размера	20%

# ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

## РАСЦЕНКИ НА ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» И «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2021

Размер		Стоимость, рубли
Караван Историй	Коллекция Караван Историй	
1/1	1/1	840 000
1/2	1/1	650 000
1/3	1/1	540 000
1/1	1/2	780 000
1/2	1/2	580 000
1/3	1/2	430 000
1/3	1/3	410 000
2/1	2/1	1 420 000
1/1	2/1	1 000 000
2/1	1/1	1 240 000

Расценки не включают НДС.

# РЕКЛАМА

## ПРИМЕРЫ НЕСТАНДАРТНОЙ РЕКЛАМЫ

**ВКУС**

Вкус — это то, что мы чувствуем, когда едим. Это не просто ощущение, это целый мир. Вкус — это то, что делает еду едой. Вкус — это то, что делает еду любовью. Вкус — это то, что делает еду искусством. Вкус — это то, что делает еду жизнью.

**ВКУС**

Вкус — это то, что мы чувствуем, когда едим. Это не просто ощущение, это целый мир. Вкус — это то, что делает еду едой. Вкус — это то, что делает еду любовью. Вкус — это то, что делает еду искусством. Вкус — это то, что делает еду жизнью.

**Газетчики с удовольствием смаковали соки «ворочного бабника и наинной дурочки», предсказав им скорый разрыв**

Вкус — это то, что мы чувствуем, когда едим. Это не просто ощущение, это целый мир. Вкус — это то, что делает еду едой. Вкус — это то, что делает еду любовью. Вкус — это то, что делает еду искусством. Вкус — это то, что делает еду жизнью.

**ВКУС**

Вкус — это то, что мы чувствуем, когда едим. Это не просто ощущение, это целый мир. Вкус — это то, что делает еду едой. Вкус — это то, что делает еду любовью. Вкус — это то, что делает еду искусством. Вкус — это то, что делает еду жизнью.

**КРАСОТА — ЭТО УВЕРЕННОСТЬ**

Красота — это уверенность. Это то, что делает женщину женщиной. Это то, что делает ее красивой. Это то, что делает ее любимой. Это то, что делает ее сильной. Это то, что делает ее свободной. Это то, что делает ее настоящей.

**ПОПРОБУЙТЕ!**

**99**

**ПОПРОБУЙТЕ!**

**99**

**УЛЬТРАСИЛЬНЫЙ ЛАК ДЛЯ ВОЛОС**

Ультрасильный лак для волос. Это то, что делает волосы красивыми. Это то, что делает их блестящими. Это то, что делает их здоровыми. Это то, что делает их послушными. Это то, что делает их идеальными.

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

Куртис чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**Сладкий чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**Объявился адвокат, присланный отцом Гонтера, и сообщил, что вопрос о беременности не обязательно решается судьбой...**

Объявился адвокат, присланный отцом Гонтера, и сообщил, что вопрос о беременности не обязательно решается судьбой...

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**Еще в прошлый год, облетев в дороге пять континентов, и съев много салатов, полюбил этот чай.**

Еще в прошлый год, облетев в дороге пять континентов, и съев много салатов, полюбил этот чай.

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**Еще в прошлый год, облетев в дороге пять континентов, и съев много салатов, полюбил этот чай.**

Еще в прошлый год, облетев в дороге пять континентов, и съев много салатов, полюбил этот чай.

**Объявился адвокат, присланный отцом Гонтера, и сообщил, что вопрос о беременности не обязательно решается судьбой...**

Объявился адвокат, присланный отцом Гонтера, и сообщил, что вопрос о беременности не обязательно решается судьбой...

**CURTIS чай со вкусом**

Сладкий чай со вкусом. Это то, что делает чай чайом. Это то, что делает его вкусным. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**ДОСТУП ЗАПРЕЩЕН! СМОТРЕТЬ НА ВСЕ, ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТОМ, ДАЖЕ ЗВОНИТЬ ПО МОБИЛЬНОМУ ТЕЛЕФОНУ. ДА СИ И ИНКОМУ...**

Доступ запрещен! Смотреть на все, пользоваться Интернетом, даже звонить по мобильному телефону. Да си и инкому...

Осмелитесь на мега объем. Это то, что делает макияж макияжем. Это то, что делает его красивым. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**ОСМЕЛИТЕСЬ НА МЕГА ОБЪЕМ**

Осмелитесь на мега объем. Это то, что делает макияж макияжем. Это то, что делает его красивым. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**ДОСТУП ЗАПРЕЩЕН! СМОТРЕТЬ НА ВСЕ, ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТОМ, ДАЖЕ ЗВОНИТЬ ПО МОБИЛЬНОМУ ТЕЛЕФОНУ. ДА СИ И ИНКОМУ...**

Доступ запрещен! Смотреть на все, пользоваться Интернетом, даже звонить по мобильному телефону. Да си и инкому...

**Осмелитесь на мега объем**

Осмелитесь на мега объем. Это то, что делает макияж макияжем. Это то, что делает его красивым. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

**Осмелитесь на мега объем**

Осмелитесь на мега объем. Это то, что делает макияж макияжем. Это то, что делает его красивым. Это то, что делает его любимым. Это то, что делает его идеальным.

Джуниор-спред

Два макета на развороте

Макет с экстендером



# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



**открытка**



**рекламный каталог**



**листовка, купон, CD/DVD диск**

**Тираж:** от 10 000

**Возможный регион распространения:** Москва и Московская область; Москва, Московская область и Санкт-Петербург; регионы России (без возможности выбора отдельного региона)

**Стоимость** зависит от тиража и объема вложения.

# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## ПРИКЛЕЙКА ОБРАЗЦОВ ПРОДУКЦИИ



**образец продукции  
на развороте**



**образец продукции  
на полосе**



**дисконтная карта, открытка,  
купон**

Клеится на рекламный макет площадью 1/1 полосы или разворот.

**Тираж:** от 10 000

**Возможные регионы распространения:** Москва и Московская область; Москва, Московская область и Санкт-Петербург; регионы России (без возможности выбора отдельного региона)

**Стоимость:** по запросу.

# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## СРОКИ РАБОТЫ СО СПЕЦПРОЕКТАМИ

Рекламодатель самостоятельно доставляет тираж вложений или приклеек на места производства.

**Заявка** – не позднее 38 дней до даты выхода.

**Тестирование** за 35 дней до даты выхода. Образцы на тестирование в количестве 50 шт. доставляются на адрес Издательства.

**Срок поставки** готовой рекламной продукции – за 5 дней до даты выхода издания





# ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

Advertorial – текстовые рекламные макеты, изготовленные силами Издательства, в том числе, в стиле издания.

Для написания текста рекламодатель дает основную идею и исходные фактические материалы. Для верстки оригинал – макета высказываются максимально подробные пожелания и предоставляются фотографии.

## РАСЦЕНКИ НА ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПРОЕКТОВ ADVERTORIAL В «КАРАВАН ИСТОРИЙ»

Написание текста, верстка, корректура (при готовых иллюстрациях).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	50 000
1/2	35 000
1/3	25 000
2/1	80 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	20 000
1/2	15 000
1/4	12 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

## СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ:

- для написания текста и верстки сроки указаны в графике выхода журнала «Караван историй».

- готовый текст и иллюстрации предоставляются за 10 дней до даты предоставления готовых оригинал- макетов в соответствующий номер журнала согласно графику выхода «Каравана историй».

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ (СТОИМОСТЬ ПО ДОГОВОРЕННОСТИ):

- при съемке фотокорреспондентом Издательства
- при написании интервью
- при покупке специальных фотографий в фотобанках



# ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

## **ADVERTORIAL В ПАКЕТНОМ РАЗМЕЩЕНИИ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» + «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ»**

При пакетном размещении макет, изготовленный для «Каравана историй», адаптируется под размер «Коллекции Каравана историй».

Материалы для изготовления advertorial предоставляются в сроки, указанные в графике выхода журнала «Караван историй».

## **РАСЦЕНКИ НА ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПРОЕКТОВ ADVERTORIAL В ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» + «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ»**

Написание текста, верстка, корректура (при готовых иллюстрациях).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	60 000
1/2	45 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	25 000
1/2	20 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

## **СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ:**

- для написания текста и верстки сроки указаны в графике выхода журнала «Караван историй».

- готовый текст и иллюстрации предоставляются за 10 дней до даты предоставления готовых оригинал-макетов в соответствующий номер журнала согласно графику выхода «Каравана историй».

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ (СТОИМОСТЬ ПО ДОГОВОРЕННОСТИ):**

- при съемке фотокорреспондентом Издательства
- при написании интервью
- при покупке специальных фотографий в фотобанках

# ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

## ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL

### ПРОДЛЕНИЕ МОЛОДОСТИ — ЛОЖНАЯ НАДЕЖДА ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Я была уверена, что антивозрастные средства не могут вернуть моей коже молодость. И что единственный эффективный уход за кожей — это интенсивное увлажнение. Но новое средство, которое показало, как я ошибалась...



Татьяна, 41 год, менеджер

Я выглядела вполне свежо, но при этом старения давало о себе знать. Кожа лица не такой чистой, часто появлялись опухшие участки вокруг глаз, нос и, конечно, морщины, которые преследовали меня улыбаясь, уста утяжелялись. В общем, признаки жизни обманывают нас все чаще.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне разочаровали: ожидаемого косметического эффекта не наблюдалась. Ни одного чудеса в бутылках или не проявилась, как хотелось бы. И я подумала, что для меня чудо от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которым можно повернуть время вспять. В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, однажды вечером с интуитивными подсказками звезда меня поменяла свою точку зрения. Одна из них пришла заметив похаживающий и опухший. Немного особенно всего лишь новый крем... объяснила она мне. Мы сначала даже не поверили — чтобы от крема такой эффект? Оказалось, это крем Revitalift Лазер x3 от L'Oréal Paris, который дает эффект, сопоставимый с лазерной процедурой, уже после двух недель использования.

Этот крем, а также омолаживающий крем подруги, мы докопались. К вопросу я подошла обстоятельно: купила дневной крем и регенерирующий крем для глаз Revitalift Лазер x3. Мне тоже нужно было всего лишь попробовать, причем не по часам, а все сразу!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила сама: ну, но в то же время легкая текстура. Это как раз то, что хотела моя кожа, за которой следовало следить с помощью специальных косметических средств. Конечно, нанесение еще долго ощущалось прохладой. Я стала повторять эту процедуру в течение дня и в офисе — и с удивлением осознала, что мешки под глазами полностью пропали! Возвращаясь вечером результаты, приобрела еще и ночной крем-маску Revitalift Лазер x3 — и уже на следующее утро я увидела обратную жажду, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый вид.

Возвращаясь, я начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но с лицом и полностью поправилась в часе.



Очень рада, что у меня появилось средство, заставившее поверить в эффективность антивозрастного ухода.

**L'Oréal**  
(3043 знака, 8,5 п)

### К высотам кулинарии — с шедеврами техники



Хорошо, температура вилки, фригидные яйца, мягкая гаданутью ложка, Шаповалов, Рен и микроволновка, несмотря на то, что это не совсем то, что мне нужно. Конечно, мне хотелось бы, чтобы это было не просто блюдо, а шедевр, который радует не только вкусом, но и красотой, и оригинальностью. Но и не слишком сложное, чтобы его можно было приготовить дома.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

**Philips**  
(4357 знака, 8,5 п)

**Кокосовое парфе с лаймом и соусом из свежей малины**

Ваше настроение должно быть свежим, ярким и позитивным. Рекомендуем поэкспериментировать с рецептами и приготовить это блюдо дома. Это не только вкусно, но и полезно. Для приготовления соуса потребуются 300 г спелой малины. Превратить малину в пюре можно с помощью блендера. Добавить к пюре сок лайма и сахар по вкусу. Смешать малину с соусом и выложить в формочки. Заморозить в морозильной камере на 3 часа.

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить свои кулинарные таланты, применив реальную технику Philips. Чтобы не отставать от современности, нужно использовать не только современные технологии, но и качественные материалы. Для этого Philips предлагает вам использовать не только современные технологии, но и качественные материалы.

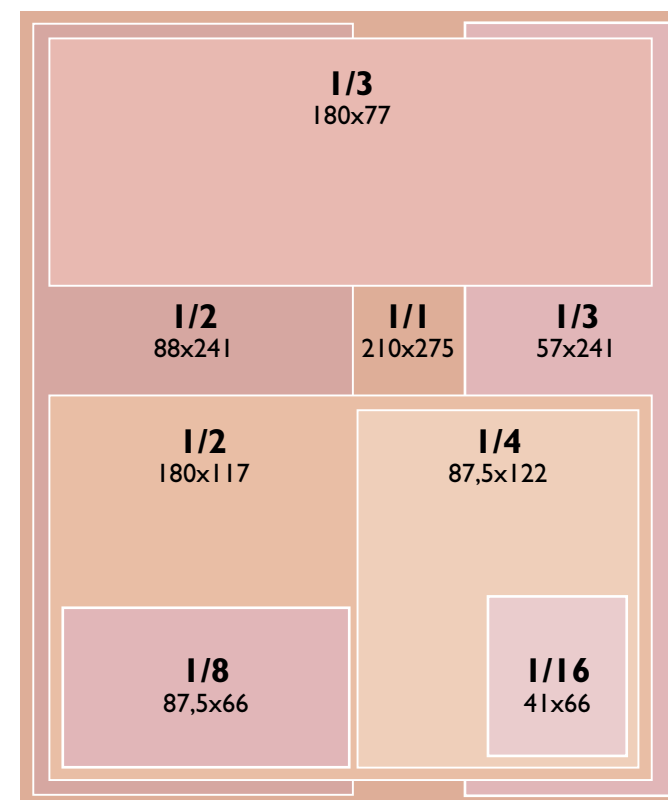


# РАЗМЕРЫ

## РАЗМЕРЫ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ

1/1	210x275 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная	210x133 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная (в формат)	180x117 мм
1/2 вертикальная	102,5x275 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 вертикальная (в формат)	88x241 мм
1/3 горизонтальная	210x84,5 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 горизонтальная (в формат)	180x77 мм
1/3 вертикальная	71x275 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 вертикальная (в формат)	57x241 мм
1/4 вертикальная (в формат)	87,5x122 мм
1/8 горизонтальная (в формат)	87,5x66 мм
1/16 вертикальная (в формат)	41x66 мм

## ОБРАЗЦЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ, ЗАВЕРСТЫВАЕМОЙ В ФОРМАТ









# ГРАФИК ВЫХОДА

## ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2021 г.

Изд версия журнала «Караван Историй» выходит одновременно с бумажной версией.

№	месяц	Последний день заявки и подачи материалов на проекты advertorial и спецпроекты*	Последний день заявки на стандартную рекламу и предоставление макета	тираж в Москве
01	Январь	02.11.20	23.11.20	21.12.20
02	Февраль	26.11.20	17.12.20	25.01.21
03	Март	24.12.20	25.01.21	22.02.21
04	Апрель	28.01.21	18.02.21	22.03.21
05	Май	05.03.21	29.03.21	26.04.21
06	Июнь	01.04.21	22.04.21	24.05.21
07	Июль	06.05.21	28.05.21	28.06.21
08	Август	04.06.21	28.06.21	26.07.21
09	Сентябрь	05.07.21	26.07.21	23.08.21
10	Октябрь	09.08.21	30.08.21	27.09.21
11	Ноябрь	06.09.21	27.09.21	25.10.21
12	Декабрь	01.10.21	22.10.21	22.11.21
01/'22	Январь	29.10.21	22.11.21	20.12.21

\*Для специальных проектов на бумаге (вставки, приклейки, вложения) дедлайн по заявке и подаче макетов должен быть уточнен дополнительно.

# IPAD-ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

iPad-версия журнала «Караван историй» находится в Топках App Store в категориях «Киоск/Развлечения» и «Журналы на русском».

Установок приложения – более 225 000.

Количество скачиваний одного номера – 9 000 – 11 000

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В IPAD-ВЕРСИИ ЖУРНАЛА «КАРАВАН ИСТОРИЙ»

Период размещения – 1 номер

Название	Описание	Стоимость, руб., без НДС		
		Без позиционирования	На 2й полосе	Внутри главного материала
<b>Стандартные форматы</b>				
Статический макет	Рекламный макет без интерактивных решений			
Статический макет со ссылкой	Гиперссылка на сайт или мобильное приложение рекламодателя	100 000	130 000	160 000
Статический макет с видео	Рекламный макет с возможностью запуска видео (до 30 секунд), загруженного в приложение	150 000	195 000	240 000
<b>Специальные форматы</b>				
Макет с базовой анимацией	Статический рекламный макет с эффектами базовой анимации, слайд-шоу	180 000	230 000	280 000
Брендированный контент	PR-статья (Редакционный контент, содержащий упоминания о рекламодателе)		200 000	
Индивидуальные форматы	Предоставляется рекламодателем (в согласовании с редакцией) или разрабатывается под РК		call	