КАРАВАН историй

ЯНВАРЬ 2019

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 200 000 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

КАРАВАН историй

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Общий тираж – **200 000 экз.**
Москва и Московская область – примерно **92 000 экз.**
По России, СНГ и дальнему зарубежью – примерно **108 000 экз.**
(из них Санкт-Петербург – **18 000 экз.**)

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА В МОСКВЕ

Представляем данные по аудитории одного номера и полугодовой аудитории наиболее популярных женских и семейных ежемесячных журналов в процентах от взрослого населения Москвы (10 431 100 чел.) и в абсолютных цифрах:

Караван историй	**5,9%**	**616 200**
Cosmopolitan	5%	519 100
Коллекция Караван историй	3,9%	410 300
Glamour	2,5%	257 600
Vogue	2,4%	253 800
Домашний очаг	2,3%	240 300
Elle	1,7%	182 900

Данные исследования «Mediascope Россия» National Readership Survey, (16+), май – октябрь (NRS 2018/4)

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» (NRS-Россия, май – октябрь NRS 2018/4) в процентах от взрослого населения и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	4,9%	3 010 100
Караван историй	**3,8%**	**2 322 300**
Коллекция Караван историй	1,8%	1 094 600
Glamour	1,9%	1 142 000
Домашний очаг	1,9%	1 137 300
Vogue	1,3%	801 200
Elle	0,9%	577 600

СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по Москве	8,4%	875 200
по России	4,9%	3 005 600
по Санкт-Петербургу	6,1%	275 900

Данные исследования «Mediascope Россия» National Readership Survey, (16+), май – октябрь (NRS 2018/4)

АУДИТОРИЯ

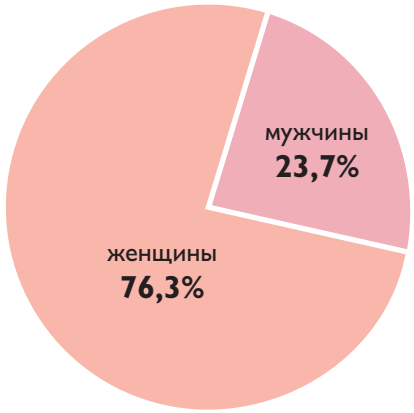
Аудитория одного номера журнала «Караван историй» *(NRS-Россия, май – октябрь NRS 2018/4)* в основных округах России *(чел.)*:

Данные исследования «Mediascope Россия» National Readership Survey, (16+), май – октябрь (NRS 2018/4)

АУДИТОРИЯ

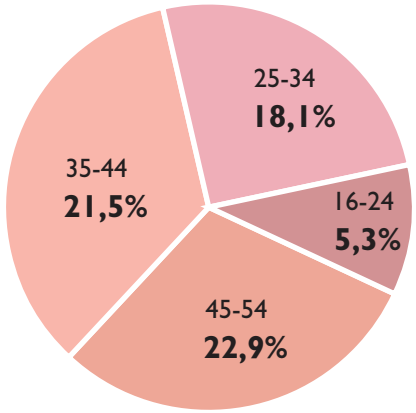
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

1. Пол



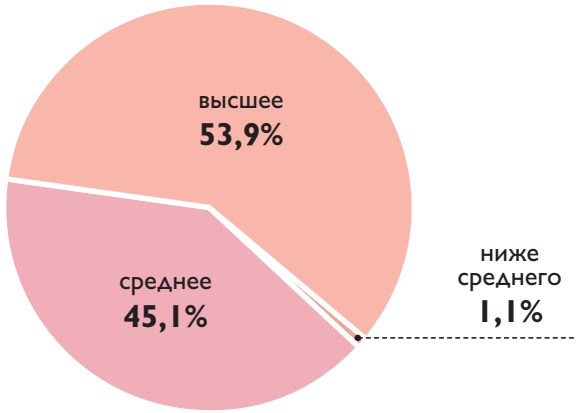
Хотя большинство читателей журнала «Караван историй» составляют женщины, среди его читателей 23,7% мужчин, то есть журнал более универсален по сравнению с традиционно женскими изданиями.

2. Возраст



Журнал «Караван историй» одинаково интересен для всех основных возрастных групп читательской аудитории, причем в ней преобладает более потребительски активная группа – от 25 до 54 лет, тогда как большая часть аудитории традиционно женских журналов – молодые читательницы 16-24 лет.

3. Образование



Данные исследования «Mediascope Россия» National Readership Survey, (16+), май – октябрь (NRS 2018/4)

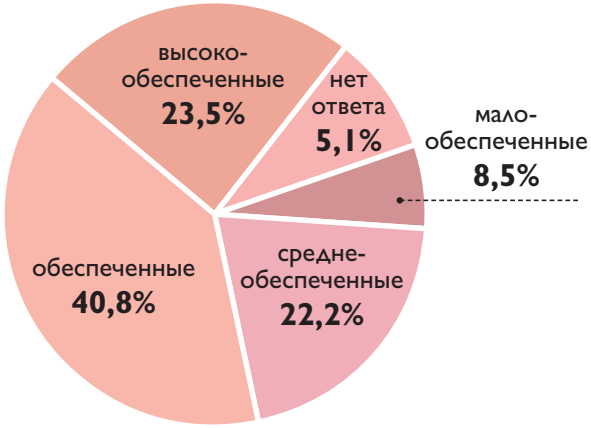
АУДИТОРИЯ

4. Доход

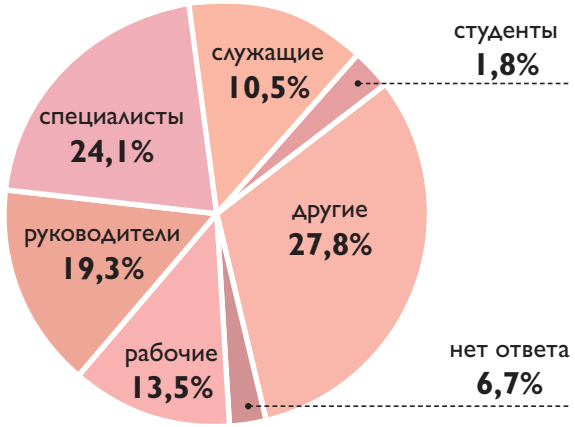
Необходимо отметить, что опрашиваемые в ходе исследования читатели не особенно охотно отвечают на вопрос о доходах – отказались ответить 34,4%. Поскольку при проведении опросов существует тенденция занижения реального уровня доходов, можно предположить, что низкий и средний доход скорее говорят о доходе 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



Данные исследования «Mediascope Россия» National Readership Survey, (16+), май – октябрь (NRS 2018/4)

РАСЦЕНКИ

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2018

Размер	*Стоимость, руб.*
1/1 полоса	680 000
1/2 полосы	470 000
1/3 полосы	320 000
Разворот	1 180 000
Первый разворот	1 650 000
Второй разворот	1 450 000
Третий разворот	1 350 000
1/1 рядом со словом Главного редактора	840 000
Первая 1/1 рядом с содержанием	800 000
Вторая 1/1 рядом с содержанием	780 000
1/1 рядом с выходными данными	800 000
II обложка	975 000
III обложка	820 000
IV обложка	1 260 500

Внимание! Расценки не включают НДС.

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В РУБРИКЕ «CLASSIFIED» ЖУРНАЛА «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2018

Формат	*Стоимость, руб.*
1/4 полосы	105 000
1/8 полосы	65 000
1/16 полосы	37 000

Внимание! Расценки не включают НДС.
Рекламным агентствам предоставляется скидка 15%.

ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

РАСЦЕНКИ НА ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» И «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2018

Размер		
Караван Историй	*Коллекция Караван Историй*	*Стоимость, рубли*
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

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 50 000

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 50 000

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

Стоимость: по запросу.

КАРАВАН историй

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 28 дней до даты выхода. Образцы на тестирование в количестве 150 шт. доставляются на адрес Издательства.

Срок поставки готовой рекламной продукции – за 4 дня до даты выхода издания

Условия работы со спец.проектами в Финляндии – по запросу.

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).

Размер	*Стоимость, рубли*
1/1	50 000
1/2	35 000
1/3	25 000
2/1	80 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	*Стоимость, рубли*
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).

Размер	*Стоимость, рубли*
1/1	60 000
1/2	45 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	*Стоимость, рубли*
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 нашлось средство, которое показало, как я ошибалась...

Я выгляжу моложе своих лет, но признаки старения дают о себе знать. Контур лица не такой четкий, часто появляется ощущение стянутости кожи, ну и, конечно, морщинки, которые проступают, когда улыбаюсь, когда удивляюсь... В общем, «линии жизни» обозначаются все более явственно.

Пробовала антивозрастные кремы, но они меня разочаровали: ожидаемого косметического эффекта не наблюдалось. Ни одного «лучика» в уголках глаз не пропало, все осталось на месте.

Я подумала, что зря жду чудес от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которым под силу повернуть время вспять... В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, недавняя встреча с институтскими подругами заставила меня поменять свою точку зрения. Одна из них пришла заметно посвежевшей и отдохнувшей. «Ничего особенного, всего лишь новый крем», — объяснила она нам. 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 месяцев использования.

Этот аргумент, а также помолодевший вид подруги меня вдохновили. К вопросу я подошла обстоятельно: купила дневной крем и регенерирующий крем для глаз Revitalift Лазер x3. Мне тоже нужно сияющее молодостью лицо. Причем не «по частям, а все сразу»!

Когда впервые нанесла дневной крем, отметила насыщенную, но в то же время легкую текстуру. Это как раз то, чего хотела моя кожа, на которой отпечатались следы рабочих стрессов и жизненных переживаний. Еще из первых впечатлений: очень приятно наносить крем для век с помощью специального наконечника — после нанесения еще долго ощущается прохлад. Я стала повторять эту процедуру в течение дня в офисе — и с удовольствием отметила, что мешки под глазами полностью пропали! Вдохновившись первыми результатами, приобрела еще и ночной крем-маску Revitalift Лазер x3 — и уже на следующее утро я с удивлением обнаружила, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый вид.

Воодушевленная, я начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но потом я полностью погрузилась в нахлынувшие дела на работе, и у меня совершенно не было времени отслеживать изменения в своей внешности. Когда же спустя пару месяцев наконец выдалась передышка, я с удовольствием отметила, что не потускнел своего отражения в зеркале. Количество морщинок заметно уменьшилось, овал стал четче... я была буквально поражена тем, насколько обновленной и подтянутой выглядит моя кожа, насколько более выразительным и молодым стал взгляд. Определенно: современные антивозрастные средства гаммы Revitalift Лазер x3 делают свое дело!

Татьяна, 41 год, менеджер

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

Реклама

L'Oreal

(3043 знака, 8,5 п)

К высотам кулинарии — с шедеврами техники

Строгая элегантность делает эту технику желанной даже на очень стильной и изысканно обставленной кухне: корпуса приборов выполнены из тех же высокопрочных металлов, которые используются в производстве «мерседесов» и «БМВ»

Бежевое парфе с лимоном и соусом из спелой малины

Philips

(4357 знака, 8,5 п)

ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL:

СБЕРБАНК РАСКРЫВАЕТ КАРТЫ

Начать новую жизнь можно с понедельника, а можно — с новой кредитной карты. Это значит — не думать о том, сколько денег в кошельке, совершая покупки в супермаркете, и не считать дни до зарплаты, экономя на необходимом. Позволить себе спонтанную покупку — если вы тяжелы на что-то стоящее или просто красивую вещь для близкого человека. Не высчитывать, какую сумму и в какой валюте взять с собой в поездку — и, кстати, где ее хранить, чтобы не потерять. В наше время расплачиваться кредитной картой так же естественно, как пользоваться мобильным телефоном и Интернетом. Это современное и удобное средство для платежей, хотя иногда пользоваться кредитной картой в полной мере нам мешают предубеждения.

Вы привыкли рассчитывать только на то, что у вас в кошельке? Но в нашем быстро меняющемся мире деньги могут неожиданно понадобиться в любой момент, не говоря уже о командировке, отпуске или отдыхе. А нужной суммы может не оказаться при себе... Кредитная карта в этом случае — отличный выход. Она надежно хранит ваши средства, с ней можно быть уверенным, что деньги всегда под рукой, и при этом они в безопасности. Кроме того, кредитная карта помогает исполнять желания. Например, вам понравилось на глаза красивое украшение по привлекательной цене или мы увидели нужную вам вещь со скидкой, а расплатиться нужно здесь и сейчас. Вместо того чтобы пересчитывать деньги в кошельке, проверять карманы или звонить приятелям с просьбой дать в долг, просто достаньте карту. Вы можете сделать покупку независимо от того, где вы оказались и есть ли у вас с собой необходимая сумма. Карта выручит и в случае, если неожиданно появилось предложение отправиться в путешествие или записаться на интересный мастер-класс по привлекательной цене, но вы не рассчитывали на такие траты. В этом случае можно воспользоваться кредитными средствами. Карта — это возможность совершить непредвиденную и крупную покупку, «перехватить» денег до зарплаты, не занимая у друзей или близких. Кредитные карты Сбербанка избавляют от лишних беспокойств и неудобств и предоставляют возможность свободнее распоряжаться средствами — на четких и понятных условиях. Карты Сбербанка — надежный, удобный и современный способ оплаты наших покупок и услуг по всему миру, а также в сети Интернет.

Вы беспокоитесь, что не сможете контролировать расходы или потратите больше, чем планируете? Во-первых, для кредитных карт Сбербанка действует льготный период кредитования до 50 дней, в течение которого вы можете пользоваться кредитными средствами без процентов. Если вы полностью погасите общую сумму задолженности до даты платежа, указанной в отчете по карте, проценты за использованный кредит не взимаются, то есть кредит будет бесплатным. При этом важно помнить, что льготный период не распространяется на снятие наличных. Владельцам карты доступны возобновляемые кредитные линии от 15000 до 600000 рублей. Во-вторых, контролировать движение средств, свои расходы можно через удаленные сервисы «Мобильный банк» и «Сбербанк Онлайн». Таким же способом можно погашать свою задолженность. Пополнить баланс на карте за несколько минут можно и через банкоматы или терминалы банка, а также безналичным переводом. Дистанционные сервисы («Сбербанк. Онлайн», «Мобильный банк», банкоматы и терминалы) доступны вам 24 часа в сутки — то есть вы в любой момент можете узнать состояние счета и проверить, какие были расходы. Если вы уже являетесь клиентом Сбербанка, например, получаете через него зарплату, то оформить кредитную карту намного проще, чем взять в долг у знакомых. Для оформления вам понадобится лишь паспорт, а процесс одобрения займет всего лишь несколько минут.

Единственное, с чем надо определиться, — это какая именно карта вам подходит больше всего. Сбербанк предлагает несколько вариантов дизайна — с олимпийской символикой, карты молодежной выдачи, специальные карты для молодежи и даже карту с благотворительной программой, выпущенную совместно с благотворительным фондом «Подари жизнь». Так, оформив ее, вы можете не только получать удовольствие от покупок, но и совершать добрые дела, ведь с каждой покупки банк перечисляет с вашего счета в фонд «Подари жизнь» 0,3 процента и добавляет такую же сумму за счет собственных средств. Эти деньги идут на помощь детям с тяжелыми онкологическими заболеваниями.

Пользуясь кредитными картами Сбербанка, вы можете свободнее распоряжаться деньгами, принимать нужные вам решения и жить полной жизнью здесь и сейчас.

РЕКЛАМА

ОАО «Сбербанк России». Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1-481 от 08.08.2012.

Сбербанк

(4445 знака, 8 п)

Осень в большом городе

Куртка на пуху с мехом енота 6 998 руб.

Куртка на пуху 3 998 руб.

Куртка на пуху с мехом енота 10 998 руб.

Куртка на пуху с мехом енота 10 998 руб.

Пальто на пуху с мехом енота 9 998 руб.

Куртка на пуху с мехом норки 6 998 руб.

Пальто на пуху с мехом енота 11 998 руб.

Полупальто на пуху 5 998 руб.

На правах рекламы

SAVAGE

осень–зима 2013/14

www.savage.ru
адрес интернет-магазина
store@savage.ru

Что согреет жителей мегаполиса в этом сезоне? Новая линия верхней одежды Savage осень–зима 2013–2014 дает наглядный ответ на вопрос о том, как должны выглядеть настоящие модники и модницы большого города. Представительницы прекрасного пола, несмотря на наступившие холода, останутся женственными и нежными. Выбор моделей широк и разнообразен: демисезонное пальто, куртка или пуховик с элегантным акцентом на талии — именно то, что нужно городской моднице, чтобы чувствовать себя неотразимой. А их спутники прежде всего оценят функциональность осенне-зимней коллекции. Множество карманов, удобные капюшоны, водонепроницаемая пропитка, долговечность и легкость в уходе... Такие достоинства не оставят равнодушными практичных мужчин, а разнообразие моделей позволит им подобрать именно то, что подходит их стилю и образу жизни.

Savage

(620 знаков)

ИСКУССТВО ЖИТЬ

бился, страдаю... В очередной раз встретились на дискотеке, и я пригласил ее на танец. Надо заметить, Лера пришла в клуб не одна, с парнем. Поэтому во время танца я логично поинтересовался: «А как же этот?» «У нас с ним свободные отношения», — очень будничко ответила девушка. Что значит «свободные отношения», я не понял. Хотя догадался, что Лера вроде как не против, чтоб и я за ней поухаживал. После еще пару раз мы сталкивались случайно, а потом ее парень допустил колоссальную ошибку. Он тоже занимался музыкой и позвал меня в свою группу вокалистом. Большой промах! Теперь мы с Лерой начали встречаться еще и на репетициях. Изобрели свой собственный птичий язык, на котором постоянно общались, пересмеивались. Никто не понимал, о чем мы все время говорим и чего это так веселимся? Вскоре стало ясно, что он девушку потерял, а я приобрел.

Я никогда не был фанатом свадеб. Год мы с Лерой прожили вместе без порывов регистрировать любовь. Активно предлагать пожениться начал кто-то из мам-пап. Не помню, чья больше упорствовали в этом вопросе... Вероятно, Леркины, потому что выдать девочку замуж и отвязаться — наверное, мечта всех родителей. Я, конечно, не возражал: а чего бы и нет? Свадьба — это ж весело, а развестись всегда можно. Так и поженились, мне было 20 лет, жене — 18. Зрелые, взрослые люди.

— А как в вашу жизнь вернулась музыка?

— Аккорды на гитаре мне показал брат. Я запел... А потом сломался голос. Пришлось учиться петь заново. Чтобы не травмировать психику соседей, орал в подушку. Сумасшедшие мечты вовсе не оставили меня в покое. Теперь они начали складываться в песни.

Наконец, судьба моя возымела четкие рамки: «знаменитым музыкантом — вот кем я стану! О чем я всем и заявил: «Ребята, все в порядке! Я понял, как мы дальше будем жить! Я стану лучшим музыкантом, мы заработаем кучу денег, и все наладится». Начинаются годы под флагом «стану лучшим музыкантом», и в свете всех предыдущих «стану лучшим» мои заявления уже поразительно всех раздражают. Особенно Леру.

Когда мужчина и женщина живут вместе, у них появляются дети. Родилась наша первая дочь Ясмин. И вот... «Тебе не грушу вокалистом. Больной промах! Теперь мы с Лерой начали встречаться еще и на репетициях. Изобрели свой собственный птичий язык, на котором постоянно общались, пересмеивались. Никто не понимал, о чем мы все время говорим и чего это так веселимся? Вскоре стало ясно, что он девушку потерял, а я приобрел.

> «Тебе не надоело нести эту хрень? — грозно вопрошала меня жена. — Нам нечего жрать, нечем кормить дочку!»

надоело нести эту хрень? — грозно вопрошала меня молодая жена. — Ты работаешь водителем! Посмотри на нас! Нам нечего жрать, нечем кормить дочку. Мы покупаем ей один памперс на неделю и одно яблоко в день, а сами едим картошку с грибами, которые — ура ! — не стоят ничего, потому как найдены в лесу». Самое ужасное заключалось в том, что в глубине души я понимал — жена права. Но поделать ничего не мог. До сих пор помню, как мой шеф, у которого я шоферил, как-то покупал

ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ

Весна — время расцвета и преображения. С первыми лучами весеннего теплого солнца всем нам хочется очнуться от серых зимних будней, набраться бодрости и сил! Хочется впитать в себя энергию солнца, повысить градус настроения и в меру сил расцвести вместе с природой.

А сколько интересных дел ждет нас весной! Можно всей семьей строить скворечники для возвращающихся из теплых краев птиц, пускать в ручейках корабликс с яркими парусами, кормить уток, прогуливаться в парке или отправиться на захватывающие аттракционы.

Увы, наши желания далеко не всегда совпадают с возможностями. Порой вместо ожидаемого прилива бодрости и сил, с наступлением весны они нас... понижают. Вроде и солнышко пригрело, и трава зазеленела, а долгожданного всплеска энергии так и не происходит. Но не отчаивайтесь: мы знаем, как исправить ситуацию!

Дело в том, что в большинстве случаев причиной апатии, упадка сил, ослабления иммунитета является недостаток витаминов. Несмотря на обилие в магазинах фруктов и овощей, постоянная нехватка во времени часто подталкивает нас к выбору полуфабрикатов. И если с временным дефицитом солнца и различными нагрузками на работе организм еще как-то справляется за счет собственных резервов, то длительная нехватка витаминов и микроэлементов тут не отражается на внешности, настроении, физической активности и сопротивляемости инфекциям.

Поэтому, чтобы встретить весну в прекрасном настроении и во всеоружии, нужно подключить дополнительные силы, например витаминно-минеральный комплекс Мультифорт. В его состав входит 13 витаминов, 10 микроэлементов и экстракт элеацин, который обладает стимулирующим влиянием на иммунную систему, а также помогает повысить защитные силы организма. Кстати, для детей старше четырех лет разработан комплекс Мультифорт детский. В состав комплекса Мультифорт детский входят не только витамины и минералы, но и экстракт шиповника.

Весна — прекрасное и радостное время, когда можно наслаждаться согревающими лучами солнца и погонянием теплыми деньками. Смейтесь, шутите и еще чаще дарите свою лучезарную улыбку окружающим, и скоро вы заметите, как мир вокруг заиграет яркими красками.

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ

Мультифорт

(2156 знаков, 9 п)

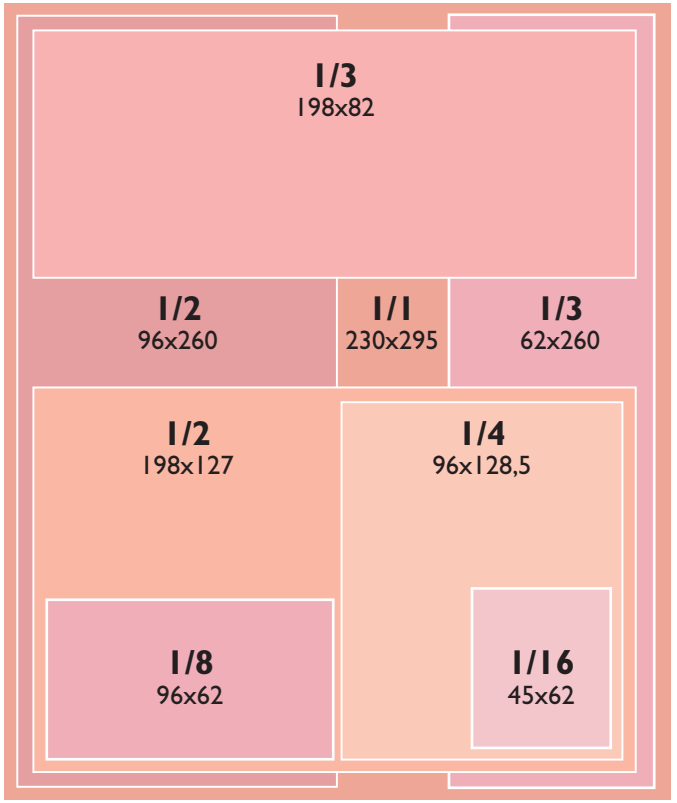
КАРАВАН историй

РАЗМЕРЫ

РАЗМЕРЫ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ

1/1	230 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная	230 x 142 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная (в формат)	198 x 127 мм
1/2 вертикальная	112 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 вертикальная (в формат)	96 x 260 мм
1/3 горизонтальная	230 x 97мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 горизонтальная (в формат)	198 x 82 мм
1/3 вертикальная	78 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 вертикальная (в формат)	62 x 260 мм
1/4 вертикальная (в формат)	96 x 128,5 мм
1/8 горизонтальная (в формат)	96 x 62 мм
1/16 вертикальная (в формат)	45 x 62 мм

ОБРАЗЦЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ, ЗАВЕРСТЫВАЕМОЙ В ФОРМАТ



ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ

ОБРАЗЦЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В ВЕРСТКЕ КОНКРЕТНЫХ НОМЕРОВ:

1/1

2/1

1/3

(вертикальная навылет)

ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ

ОБРАЗЦЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В ВЕРСТКЕ КОНКРЕТНЫХ НОМЕРОВ:

1/2
(горизонтальная)

1/2
(вертикальная)

1/3
(горизонтальная)

1/3
(вертикальная в формат)

ГРАФИК ВЫХОДА

ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2018г.

Ipad 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	29.10.18	19.11.18	17.12.18
02	Февраль	03.12.18	14.12.18	21.01.19
03	Март	22.12.18	23.01.19	18.02.19
04	Апрель	30.01.19	20.02.19	18.03.19
05	Май	06.03.19	27.03.19	22.04.19
06	Июнь	01.04.19	19.04.19	20.05.19
07	Июль	29.04.19	27.05.19	24.06.19
08	Август	03.06.19	24.06.19	22.07.19
09	Сентябрь	01.07.19	22.07.19	19.08.19
10	Октябрь	05.08.19	26.08.19	23.09.19
11	Ноябрь	02.09.19	23.09.19	21.10.19
12	Декабрь	07.10.19	28.10.19	25.11.19
01/'19	Январь	05.11.19	25.11.19	23.12.19

*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 Топах App Store в категориях «Киоск/Развлечения» и «Журналы на русском».

Установок приложения – более 190 000.
Количество скачиваний одного номера – 10 000 – 12 000

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*
Стандартные форматы				
Статический макет	Рекламный макет без интерактивных решений	100 000	130 000	160 000
Статический макет со ссылкой	Гиперссылка на сайт или мобильное приложение рекламодателя			
Статический макет с видео	Рекламный макет с возможностью запуска видео (до 30 секунд), загруженного в приложение	150 000	195 000	240 000
Специальные форматы				
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	