



КАРАВАН

историй

Я Н В А Р Ь 2 0 2 0

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 180 000 экз.
Полноцветное издание 196 страниц. Печатается в Финляндии.
Распространение: розничная продажа



ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

Love Story

Искусство жить

Настроение

Звездный след

Имена

Династия

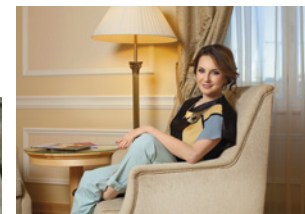
Факт

Мода

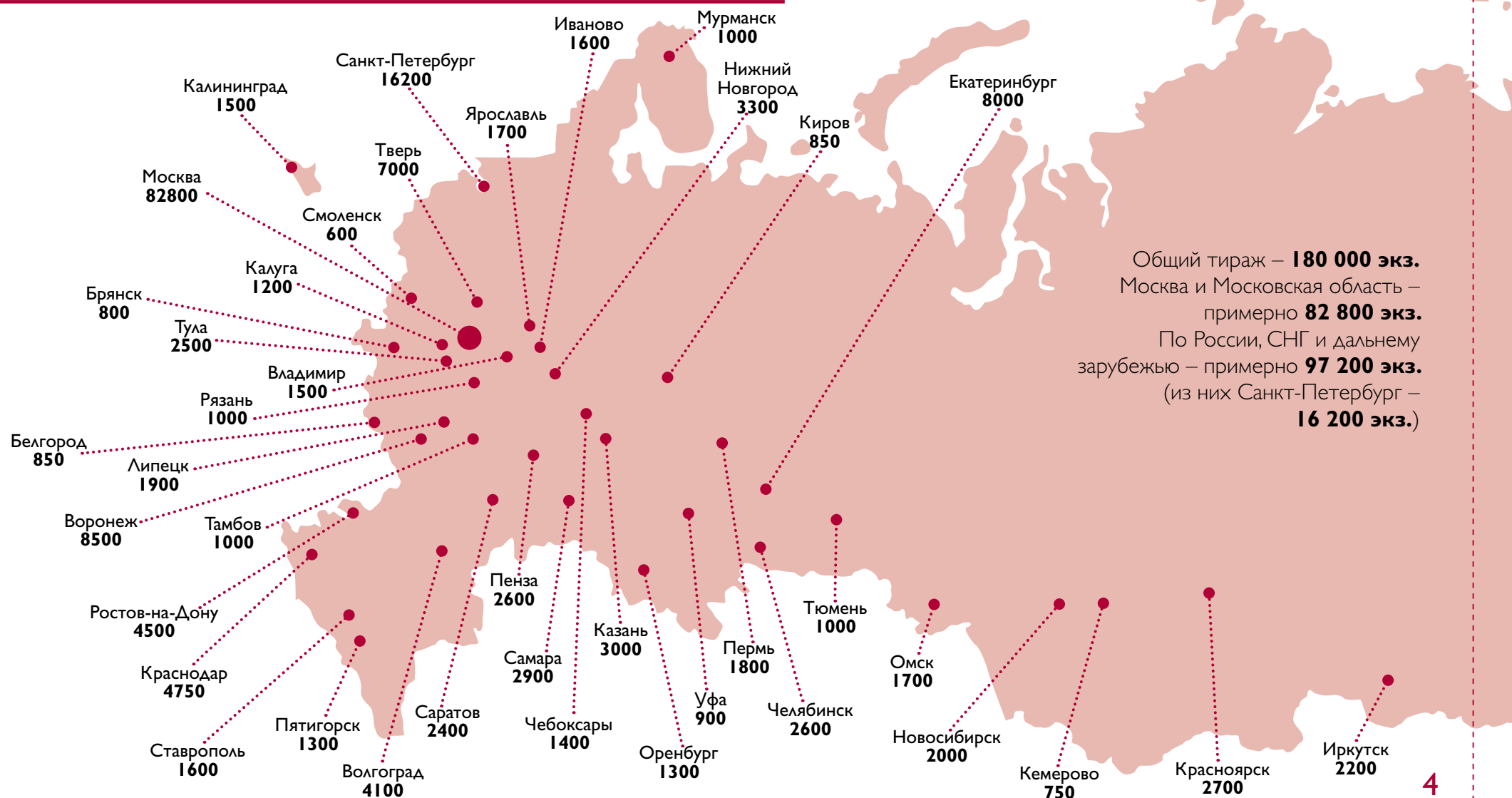
Красота

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 (10 494 300 чел.) и в абсолютных цифрах:

Караван историй	5,7%	602 400
Cosmopolitan	5,2%	548 000
Коллекция Караван историй	3,4%	355 900
Glamour	2,8%	293 100
Vogue	2,5%	260 100
Домашний очаг	1,9%	194 200
Elle	1,5%	158 200

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» (NRS-Россия, май — октябрь 2019 NRS 2019/4) в процентах от взрослогонаселения и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	4,3%	2 619 000
Караван историй	3,5%	2 117 600
Коллекция Караван историй	1,6%	977 800
Glamour	1,6%	1 004 400
Домашний очаг	1,6%	975 000
Vogue	1,3%	820 000
Elle	0,8%	492 400

СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по России	4,5%	2 734 200
по Москве	7,9%	827 400
по Санкт-Петербургу	5,4%	244 800

АУДИТОРИЯ

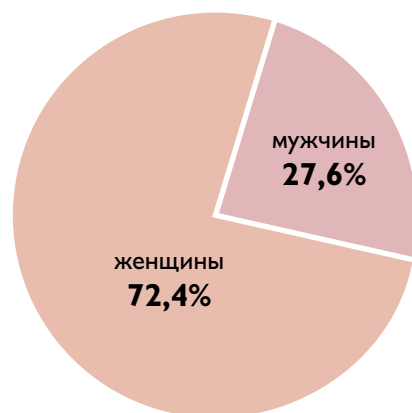
Аудитория одного номера журнала «Караван историй» в основных округах России (чел.):



АУДИТОРИЯ

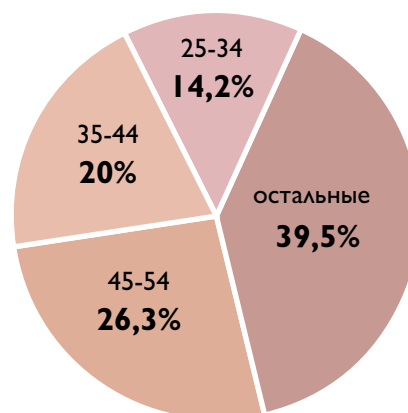
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

1. Пол



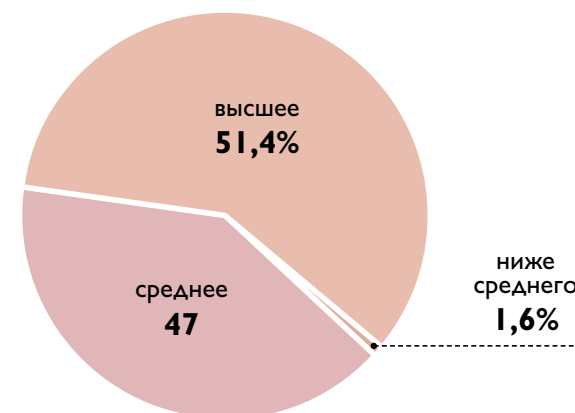
Хотя большинство читателей журнала «Караван историй» составляют женщины, среди его читателей 27% мужчин, то есть журнал более универсален по сравнению с традиционно женскими изданиями.

2. Возраст



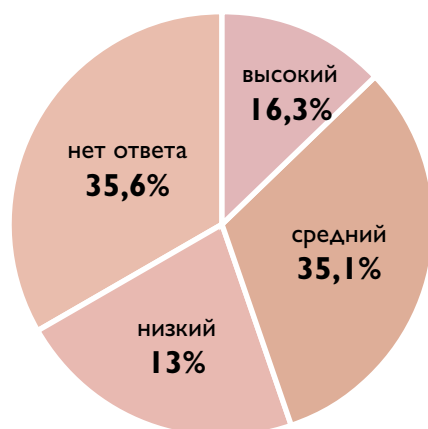
Журнал «Караван историй» одинаково интересен для всех основных возрастных групп читательской аудитории, причем в ней преобладает более потребительски активная группа – от 25 до 54 лет, тогда как большая часть аудитории традиционно женских журналов – молодые читательницы 16-24 лет.

3. Образование



АУДИТОРИЯ

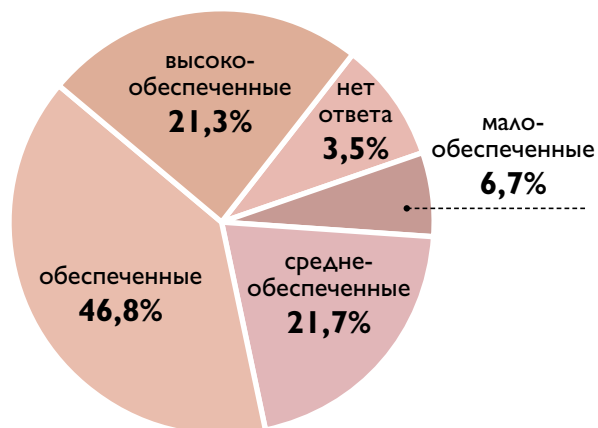
4. Доход



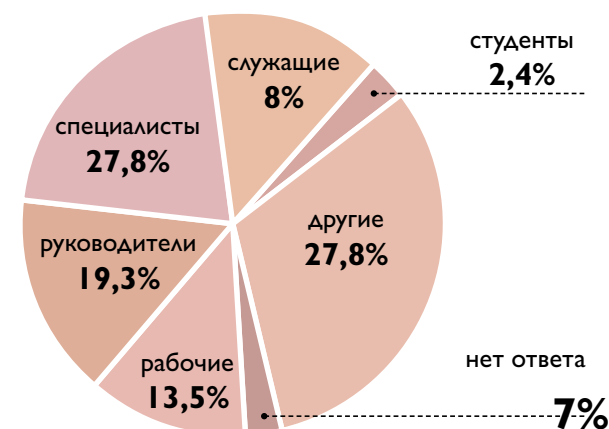
Необходимо отметить, что опрошиваемые в ходе исследования читатели не особенно охотно отвечают на вопрос о доходах — отказались ответить 35,6%. Поскольку при проведении опросов существует тенденция занижения реального уровня доходов, можно предположить, что низкий и средний доход скорее говорят о доходе 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», 2020

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», 2020

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», 2020

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.

[illegible][illegible]

CURTIS
чай до бжжжжж

Копеечный чай,
обладатель премии
Little House, золотой
мундштук бонус
и даже невообразимая
популярность только
благодаря тому, что
создавать его мы.

Неразрешенный состав
эксперт: "Смешивай"

CURTIS
The Tea
Company

www.curtistea.com

[illegible]

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.

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).

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
I/I	60 000
I/2	45 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	Стоимость, рубли
I/I	25 000
I/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 признаю: старение дает о себе знать. Контуры лица не такой четкие, часто появляется ощущение стянутости кожи, ну и, конечно, морщины, которые преследуют, когда улыбаюсь, кожа увядалась... В общем, «спинные жизни» обнимаются все более тесно.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне разочаровали: ожидаемого косметического эффекта не наблюдалось. Ни одного морщинки в уголках глаз не пропало, не стало на месте. Я подумала, что для жидкого ухода от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которые помогут повернуть время вспять... В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, недавняя встреча с институциональными заставила меня по-новому взглянуть на крем. Одна из них пришла заветно пожелавшей и откровенной. Немного ослепило, но лишь лишь новый крем... объяснила она нам. Мы считали, даже не поверили — чтобы от крема такой эффект? Скажу, это крем Revitalift Laser X3 от L'Oréal Paris, который дает эффект, сопоставимый с лазерной процедурой, уже после двух месяцев использования.

Этот крем, я также помню, делал подруги моего коллегинки. Которую в подвале обстановки купила дневной крем и регенерирующий крем для глаз Revitalift Laser X3. Мне тогда нравилось сияющее молодостью лицо. Причем не «по часам», а все сразу!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила наисмешнее, но в то же время легкую текстуру. Это как раз то, что хотела моя кожа, на которой ощущалась среда рабочих стрессов и женские переживания. Еще из нормальных впечатлений очень приятно наносить крем для глаз с помощью специального аппликатора — после нанесения еще долго ощущается прохлада. Я стала повторять эту процедуру в течение дня в офисе — и с удовольствием заметила, что морщины под глазами полностью пропали! Возвращаясь к нормальным результатам, приобрела еще и ночной крем-маску Revitalift Laser X3 — и уже на следующее утро я с удивлением обнаружила, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый вид.

Возвращаясь, я начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но с появлением полностью поправилась в на-



Татьяна, 41 год, менеджер

лучшие дела на работе, и у меня совершенно не было времени откладывать изменения в своей внешности. Когда же спустя пару месяцев наконец выдалась передышка, я с удовольствием отметил, что не пытаюсь своего отражения в зеркале. Конечно, морщинки заветно уменьшились, овал стал четче... Я была буквально поражена тем, насколько обволакивающей и подтянутой выглядит моя кожа, насколько более выразительным и молодым стал взгляд. Определенно, современные антивозрастные средства gamma Revitalift Laser X3 делают свое дело!

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



L'Oréal
(3043 знака, 8,5 н)

К высотам кулинарии — с шедеврами техники



Несмотря на то, что в мире кулинарии много технологий, Philips — это не просто техника, это искусство. В мире кулинарии много технологий, Philips — это не просто техника, это искусство. В мире кулинарии много технологий, Philips — это не просто техника, это искусство.

Сделавший, кто любит готовить, может приготовить на домашней кухне настоящий шедевр кулинарии. Philips — это не просто техника, это искусство. В мире кулинарии много технологий, Philips — это не просто техника, это искусство.

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

Кокосовое парфе с йогуртом и соусом из свежей малины

Вот один из возможных рецептов. Чтобы приготовить парфе, вам понадобится 2 яича, 3 столовые ложки кокосового масла (Малайзия, Таиланд), кокосовый Милк Шриранг или любой (по желанию), 175 г сахарной пудры и 400 мл сливок для взбивания.

Для приготовления соусе порежьте 800 г сливистой малины. Протрите малинку через сито, оставив для украшения бленда.

Смешать маслом и покрыть пшеничной мукой форму для выпечки. Выложить сливки с малиной соусом. Сверху выложить парфе. Украшать ягодами.

125 г сахара залить 4 столовыми ложками воды и медленно нагревать до растворения.

Сахар растворится, уварить чуть больше и оставить 3 минуты.

Затем, не выключая огня, тонкой струйкой влить сахарный сироп в бленд и продолжать взбивать на максимальной скорости 5 минут, пока смесь не остынет.

В другой посуде взбить желтки с сахаром, добавить сливки и взбить до образования пышной пены. Аккуратно смешать желтки со сливками, затем добавить взбитые сливки. Перелить смесь в подготовленную форму и разровнять поверхность. Поместить на 3 часа в морозильник.

Маленькие порции и пропитать, поместить в морозильник и как следует взбить. Чтобы соус не был слишком густым, можно добавить пару ложек готового парфе на стол. Сверху выложить парфе. Украшать ягодами.

Принимайте аппетит!



Philips
(4357 знака, 8,5 н)

[illegible]

На твиде, кашемира
Куртка на твиде
с мехом в воротнике
6 998 руб.

На твиде, кашемира
Куртка на твиде
с мехом в воротнике
3 998 руб.

На твиде, кашемира
Куртка на твиде
с мехом в воротнике
10 998 руб.

На твиде, кашемира
Куртка на твиде
с мехом в воротнике
10 998 руб.

Пальто на твиде с мехом в воротнике
9 998 руб.

Пальто на твиде с мехом в воротнике
11 998 руб.

Пальто на твиде с мехом в воротнике
8 998 руб.

SAVAGE
осень-зима 2013/14

Уже совсем жаркий сентябрь в этом сезоне? Недавние осенние оттепели. Сентябрь осень-лета 2013-2014 дает наглядный ответ на вопрос о том, как должны выглядеть настоящие модники и модницы большого города. Представителями прекрасного пола, несмотря на наступившие холода, остаются жеманности и нежности. Выбор моделей широк и разнообразен: демисезонное пальто, куртки или пуловер с зигзагообразными акцентами на талии – именно то, что нужно городской моднице, чтобы чувствовать себя комфортно. А их стилисты прежде всего оценят функциональность повседневной коллекции. Минимум карманов, удобные капюшоны, водонепроницаемая пропитка, долговечность и легкость в уходе... Такие достоинства не оставят равнодушными практичных мужчин, а разнообразие моделей позволяет им подобрать именно то, что подходит им лично к образу жизни.

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

[illegible]

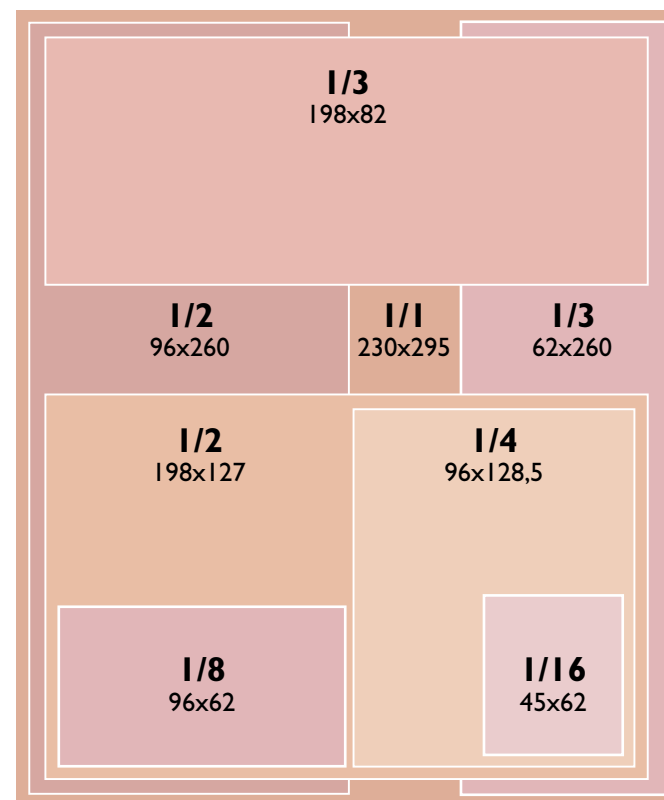
19

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



[illegible]

11



2/1



(вертикальная навывлет)

[illegible][illegible][illegible][illegible]

I/3
(вертикальная в формат)

ГРАФИК
ВЫХОДАГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ
В ЖУРНАЛ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2020г.

Иpad 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	05.11.19	25.11.19	23.12.19
02	Февраль	02.12.19	23.12.19	27.01.20
03	Март	23.12.19	27.01.20	24.02.20
04	Апрель	03.02.20	20.02.20	23.03.20
05	Май	09.03.20	30.03.20	27.04.20
06	Июнь	06.04.20	21.04.20	25.05.20
07	Июль	11.05.20	29.05.20	29.06.20
08	Август	08.06.20	29.06.20	27.07.20
09	Сентябрь	06.07.20	27.07.20	24.08.20
10	Октябрь	10.08.20	31.08.20	28.09.20
11	Ноябрь	07.09.20	28.09.20	26.10.20
12	Декабрь	05.10.20	23.10.20	23.11.20
01/21	Январь	02.11.20	23.11.20	21.12.20

*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 Топ-10 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	Без позиционирования	На 2й полосе	Главного материала
Стандартные форматы				
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
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	