

# КОЛЛЕКЦИЯ



## коллекция КАРАВА́Н историй

.....  
АПРЕЛЬ 2017

## О ЖУРНАЛЕ

Журнал **«Коллекция Караван историй»** – это эксклюзивные материалы о жизни звезд, смелые признания в жанре романа и лучшие проекты фотохудожника Екатерины Рождественской.

Выходит с марта 2006 года с периодичностью один раз в два месяца в мини-формате. С августа 2010 года – ежемесячно.

С 17 мая 2012 года выходит iPad версия журнала.

Формат 175 x 225 мм. Объем 196-208 полос. Печатается в Германии. Тираж 660 000 экз. (апрель 2017 г.)

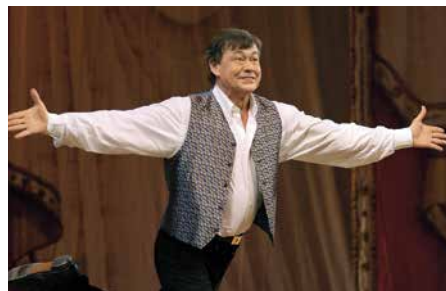


# ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

Имена



Проза звезд



Выбор Коллекции Стиль

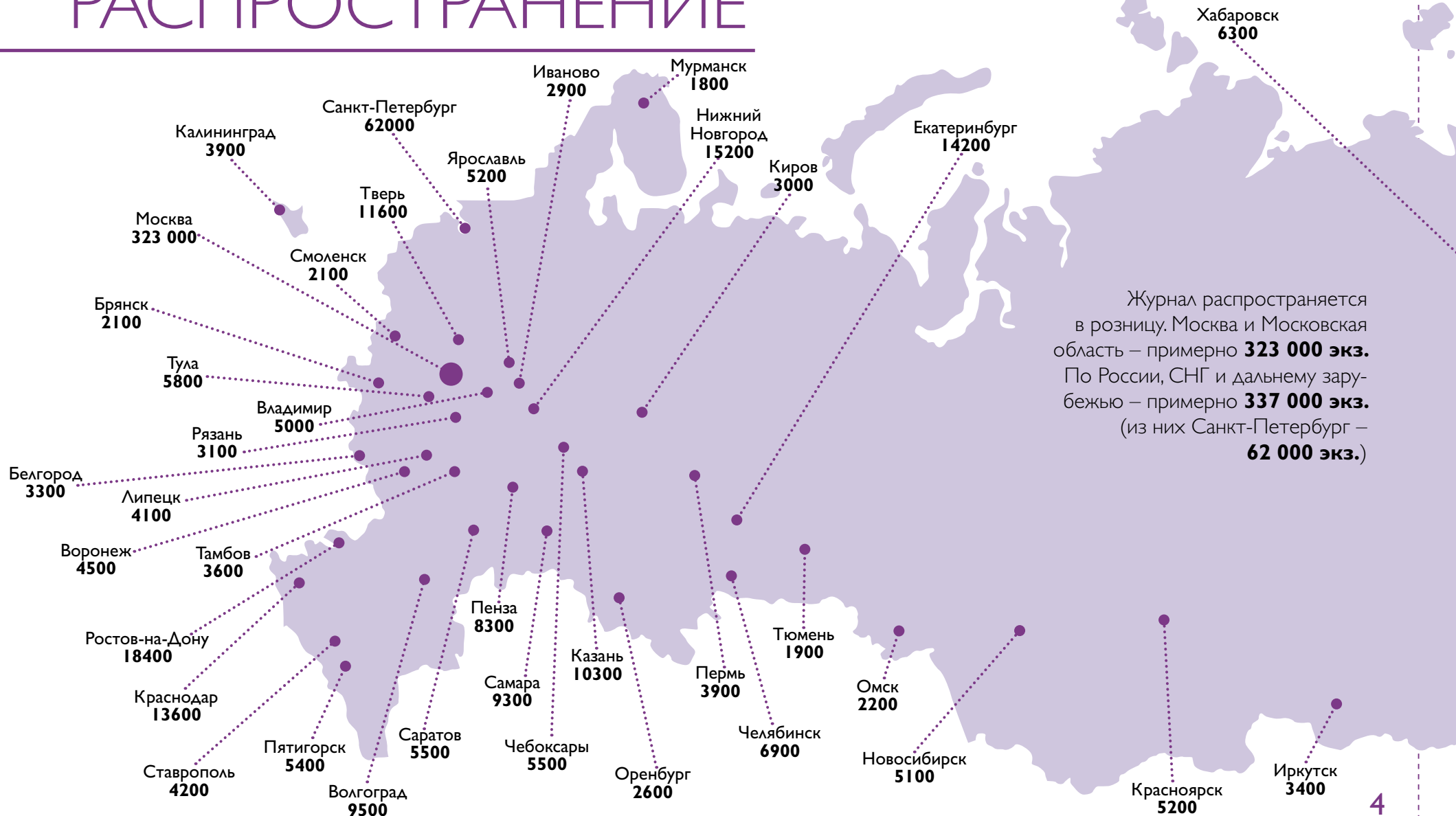


Выбор Коллекции Дом



Выбор Коллекции Здоровье

# РАСПРОСТРАНЕНИЕ



Журнал распространяется в розницу. Москва и Московская область – примерно **323 000 экз.** По России, СНГ и дальнему зарубежью – примерно **337 000 экз.** (из них Санкт-Петербург – **62 000 экз.**)

# 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 (10 358 300 чел.) и в абсолютных цифрах:

Караван историй	8,3%	863 300
Cosmopolitan	5,8%	600 700
<b>Коллекция Караван историй</b>	<b>5,0%</b>	<b>524 300</b>
Glamour	2,4%	254 600
Vogue	1,9%	199 400
Elle	1,6%	168 300
Story	1,3%	139 000
Harper's Bazaar	0,8%	83 500

## АУДИТОРИЯ ЗА ПОЛГОДА В МОСКВЕ

Данные по ежемесячным женским журналам (в процентах от взрослых жителей Москвы и в абсолютных цифрах):

Караван историй	20,8%	2 163 800
Cosmopolitan	13,2%	1 379 100
<b>Коллекция Караван историй</b>	<b>11,7%</b>	<b>1 216 100</b>
Glamour	6%	620 500
Vogue	5,1%	529 900
Elle	4,3%	445 900
Story	2,6%	263 700
Harper's Bazaar	2,1%	218 900

# АУДИТОРИЯ

## АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» (NRS-Россия, сентябрь 2016 – февраль 2017) в процентах от взрослого населения (60 905 500 чел.) и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	5,7%	3 502 900
Караван историй	4,8%	2 924 700
<b>Коллекция Караван историй</b>	<b>2,1%</b>	<b>1 309 600</b>
Glamour	2,1%	1 284 200
Vogue	1,3%	805 900
Elle	1,1%	665 200
Story	0,5%	278 900

## СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по Москве	11,3%	1 180 900
по России	6,1%	3 724 700
по Санкт-Петербургу	7,3%	327 700

# АУДИТОРИЯ

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

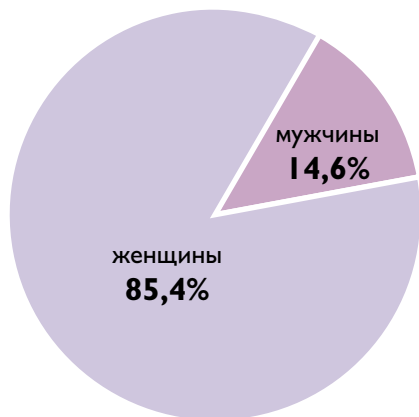


Данные исследования «Mediascop Россия» National Readership Survey, (16+), сентябрь 2016 – февраль 2017 (NRS 2017/3)

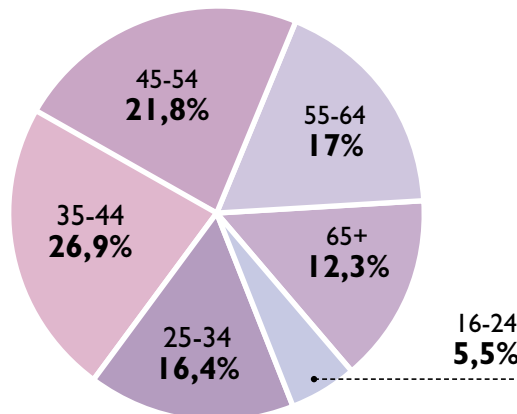
# АУДИТОРИЯ

## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

### 1. Пол

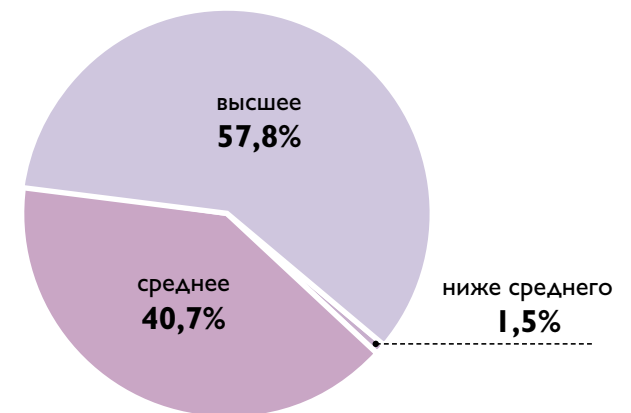


### 2. Возраст



Журнал «Коллекция Караван историй» удовлетворяет интересам практически всех возрастных групп населения.

### 3. Образование





# АУДИТОРИЯ

## 4. Доход

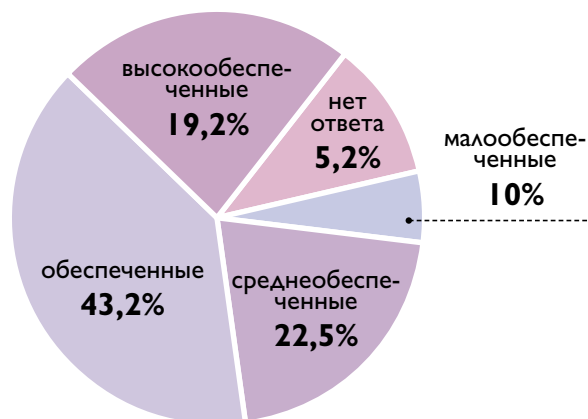


Имея в виду, что опрашиваемые в ходе исследования читатели не особенно охотно отвечают на вопрос о доходах и, сравнивая цифры со средними по Москве, сделаем некоторые выводы:

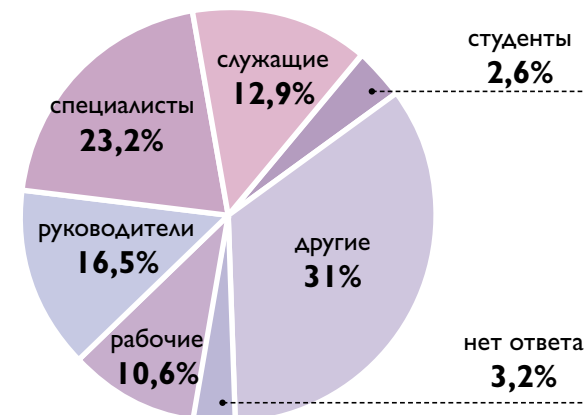
1. Почти 60% от числа читателей относятся к категории людей с относительно высоким уровнем доходов.
2. Доля читателей с высоким уровнем дохода выше, чем указанные в этой категории 16,8%, поскольку опрашиваемые умышленно занижают данные.

## 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 «Коллекция Караван историй» эти группы читателей занимают следующие доли:



## 6. Социальный статус



# РАСЦЕНКИ

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2017

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, руб.</i>
I/1 полоса	380 000
I/2 полосы	250 000
I/3 полосы	180 000
I/6 полосы	120 000
I/32 полосы	40 000
Разворот	620 000
Первый разворот	750 000
Второй разворот	710 000
Третий разворот	680 000
I/1 рядом со словом Главного редактора	455 000
Первая I/1 рядом с содержанием	440 000
Вторая I/1 рядом с содержанием	435 000
I/1 рядом со словом выходными данными	425 000
II обложка	460 000
III обложка	435 000
IV обложка	570 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

## НАЦЕНКИ ПРИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ

<i>Позиция</i>	<i>Наценка</i>
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» 2017

Караван Историй	Размер Караван Историй	Коллекция Караван Историй	Стоимость, рубли
1/1	1/1	1/1	800 000
1/2	1/1	1/1	620 000
1/3	1/1	1/1	515 000
1/1	1/2	1/2	740 000
1/2	1/2	1/2	550 000
1/3	1/2	1/2	410 000
1/3	1/3	1/3	390 000
2/1	2/1	2/1	1 350 000
1/1	2/1	2/1	950 000
2/1	1/1	1/1	1 180 000

Расценки не включают НДС.

# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



открытка



рекламный каталог



листовка, купон, CD/DVD диск

**Тираж:** от 50 000 до 673 000 экземпляров (кроме CD/DVD дисков)

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

**Стоимость (производственная + рекламная)** зависит от тиража и объема вложения.

# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## ПРИКЛЕЙКА ОБРАЗЦОВ ПРОДУКЦИИ



**образец продукции  
на полосе**



**образец продукции  
на полосе**



**Дисконтная карта, открытка,  
купон**

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

**Тираж:** от 50 000 до 673 000 экз.

**Возможные регионы распространения:** Москва и Московская область – от 50 000 до 345 000 экз.; Москва, Московская область и Санкт-Петербург – от 50 000 до 410 000 экз.; Регионы России – от 50 000 до 340 000 экз.

**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 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 Германии – 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 «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ»

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

Размер	Стоимость, рубли
1/1	30 000
1/2	25 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	Стоимость, рубли
1/1	15 000
1/2	15 000

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:

**«Роснефть»**  
придерживается  
политики высокой  
социальной  
ответственности перед  
своими сотрудниками,  
членами их семей,  
населением регионов  
ведения бизнеса  
и перед обществом  
в целом

**Роснефть**  
(193 знака, 8 п)

**КРАСОТА В ГАРМОНИИ С ПРИРОДОЙ**

Морщины — самый явный и неприятный признак увядания кожи. На их появление влияют как внутренние, так и внешние факторы. К первым относятся возраст, кожа — как правило, сухая, кожа более подвержена преждевременному старению. К внешним — неграмотная или чрезмерная забота о коже, курение и любовь к пребыванию на солнце без защитных средств.

Соблюдая простые профилактические правила, мы помогаем коже сохранить молодость надолго. Во-первых, страйтесь не умываться водопроводной водой, а использовать минеральную или кипяченую. Во-вторых, на солнце и на морозе всегда пользуйтесь кремами с УФ-фильтрами и откажитесь от солярия. В-третьих, следите за количеством факторов, влияющих на здоровье и красоту, значителен роль играют правильное, сбалансированное питание. Ежедневно употребляйте 90 полезных микроэлементов, 16 витаминов, 12 аминокислот и 3 основных жирные кислоты. И, наконец, не забывайте, что сама природа предоставляет нам множество натуральных ингредиентов для борьбы с возрастными изменениями кожи.

**Благодаря новейшим технологиям** мы можем максимально эффективно использовать растительные компоненты, которые обладают способностью защищать кожу от вредных воздействий, улучшать работу ее клеток и предотвращать процесс старения.

В новой линии **Pure&Natural** от NIVEA крем против морщин на 95 % состоит из натуральных компонентов, в том числе и из двух биоингредиентов. Приставка БИО означает, что для их получения были использованы растения, выращенные в экологически чистых уголках планеты. Благодаря экстракту плодов бифреноника и биоорганическому маслу диневой и ночной кремы против морщин возвращают коже лица естественное здоровое сияние. **БИОрепейка** увлажняет естественную выработку коллагена, а **БИОорганическое масло**, содержащее в два раза больше, чем оливкового, витамин Е и полиненасыщенные кислоты, обладает прекрасными питающими, увлажняющими и разглаживающими свойствами. И это не пустые слова.

Создание «использованных» после использования **антивозрастных кремов Pure&Natural 67 %** женщины убедились в том, что крем заметно сокращает морщины, 74 % участниц отметили повышение упругости кожи, а 71 % — ослепили в том, что крем предотвращает появление новых морщин.

**Нивея**  
(2383 знака, 8 п)

**Металлик**  
Металлизированные ткани — блестящее решение для свежего осеннего настроения. Новинки в белом и черном.

**Сафари**  
Идеально сшитый тренч, упрямый деним и добротные аксессуары — классический подход всегда актуален.

**Модный сезон**

**Горех + полоска**  
Триумфально вернуться из подлун. Любая вариация этих принтов поможет создать выразительный образ.

**Классика + Ментол**  
Легендарный жакет или пальто — классика, не выходящая из моды. Ну и чтобы сделать образ по-осеннему легким, сочетайте их с вещами модного в этом сезоне ментолового оттенка.

**Снежная королева**  
(1170 знаков, 8 п)

# ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

## ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL:

### Кальций Сандоз® Форте для красоты и здоровья

**В**опросы о вечной молодости и красоте представительницы прекрасного пола трепещут не малые усилия, которые порой так и не дают никакого результата. Почему? Причина в том, что все старание будет напрасно, если организму не достает нужных витаминов и минералов. Ведь ни для кого не секрет, что нежная красота начинается изнутри. Например, при нехватке кальция, организм в первую очередь начинает меняться в худшую сторону. Волосы начинают выпадать, ногти утолщаются, да и состояние зубов при нехватке кальция не позволит вам улыбаться по-полноценно.

**Значимость, его величество кальций** Кальций можно считать фундаментом красоты и здоровья: именно он от его количества в организме зависит здоровье зубов, волос и ногтей, то есть главных визитных карточек нежной утонченности и привлекательности. Что касается здоровья, переизбыток и нехватка кальция не только вредны, но и опасны. Поэтому помимо проблем с ногтями и волосами при недостатке этого важного элемента в организме важно помнить о слабости, бессоннице, проблемах с пищеварением, а порой и мышечные боли.

**Решение есть!** Основная проблема препаратов кальция — их усвоение. Среди существующих на рынке препаратов кальция выделяются препараты I поколения и препараты II поколения. Препараты первого поколения основаны на неорганической соли карбоната кальция и характеризуются твердыми формами выпуска: таблетки, капсулы, порошки. Неорганическая соль карбонат кальция — наиболее распространенная и одна из самых действенных форм кальция. При поступлении таких препаратов в желудок происходит реакция с образованием углекислого газа, сопровождающаяся чувством распирания и метеоризмом.

Кальций Сандоз® Форте — препарат нового II поколения. При растворении таблетки в воде кальций находится в форме легко усваиваемых и безопасных органических форм кальция — цитрат кальция.

Таким образом, в готовом виде не содержится только органические формы кальция: цитрат и лактоферин. Цитрат кальция — особая форма кальция в высокой степени усвояемости и безопасности. Поэтому помимо проблем с ногтями и волосами при недостатке этого важного элемента в организме важно помнить о слабости, бессоннице, проблемах с пищеварением, а порой и мышечные боли.



**Кальций Сандоз® Форте**  
(3783 знака, 8 п)

**ПРИКА ЗВЕЗД**

В Перестройку в страну вернулся Митин отец. Высказал Юра по израильской линии, но ослеп в Германии. За полгода научил жак и быстро встал на ноги, даже открыл собственную клинику. Я всегда старалась поддерживать в семье папашу, а тем более эмигрантами, много говоря, не приветствовалась. Сама я за годы Юриной эмиграции видела его лишь раз. И встретила эта один в один напаломленный знаменитый сидище Штирлица с женой: обиделись они на газетчик.

Тесту имени Ермоловича трансформирован в ГИР. Волковское по театру, подходит приятель-артист: «Быстро спускайся в бундет. Там Юрка ждет. Только делай вид, что его не знаешь». Желтого ФРГ было несложно приехать в Западный Берлин и перейти границу с ГИР. В конце концов мы с бывшим мужем даже съездили в столицу, но продолжали делать вид, что незнакомы. Хотя он умудрился незаметно испекуть, чтобы забрала изпод стола кузек с одежкой для Мити. В ту же поездку мы с Юрой встретились еще раз — уже без мужа. Она приехала в магазин, хотел купить мне полуботинок. Я перепуталась: а вдруг на границе спросит, откуда я? Как название купила? Ведь я не на мизерные командировочные Юрка — он был игрок, обожал казино — уговаривал: «Да я за ночь проиграл больше, чем ты еще стоишь!» Но я уперлась со страку и ни в какую. Потом всю жизнь жалела и вспоминала эту шурбу Юру — беснующую, из кудрявого барашка.

Юра всегда был немножко авантюристом. Начал вести торговлю загорючие поместье где-то под Переславлем-Залесским. Митка туда съездил кататься на лошадах. Оба страстно любили охоту. И первую нашу «птичку» спроворил именно бывший муж. Он собрал целый парк автомобилей, половину которую, включая «птичку», Митка разбил

### ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ

**В**осход — время расцвета и преобразования. Именно в это время организм нуждается в поддержке и энергии. Восполнить ее можно с помощью витаминов и минералов. Мультифорт — это комплекс витаминов и минералов, который помогает организму справиться с весенней депрессией и укрепить иммунитет.

Мультифорт — это комплекс витаминов и минералов, который помогает организму справиться с весенней депрессией и укрепить иммунитет. Он содержит витамины А, В, С, Е, К, кальций, магний, цинк, селен, йод, кобальт, медь, марганец, калий, натрий, фосфор, сера, кремний, бор, молибден, ванадий, никель, рубидий, стронций, барий, лантан, церий, празеодим, неодим, европий, гадолиний, тербий, иттербий, лютеций, гафний, тантал, ниобий, молибден, ванадий, никель, рубидий, стронций, барий, лантан, церий, празеодим, неодим, европий, гадолиний, тербий, иттербий, лютеций, гафний, тантал, ниобий.

**НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ**

**Мультифорт**  
(2189 знаков, 7 п)

### СЕКРЕТНОЕ МЕНЮ КРАСОТЫ

**Секретное меню красоты** — это комплекс витаминов и минералов, который помогает организму справиться с весенней депрессией и укрепить иммунитет. Он содержит витамины А, В, С, Е, К, кальций, магний, цинк, селен, йод, кобальт, медь, марганец, калий, натрий, фосфор, сера, кремний, бор, молибден, ванадий, никель, рубидий, стронций, барий, лантан, церий, празеодим, неодим, европий, гадолиний, тербий, иттербий, лютеций, гафний, тантал, ниобий.

**НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ**

**Витрум Бьюти**  
(1682 знака, 8 п)

# РАЗМЕРЫ

## РАЗМЕРЫ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ

1/1	175 x 225 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная	175 x 110 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 горизонтальная	175 x 72 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 вертикальная	57 x 225 мм (плюс 5 мм по краям)
1/6 вертикальная	57,7 x 111 мм (плюс 5 мм по краям)
1/32	45,7 x 45 мм

# ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ

## ОБРАЗЦЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В ВЕРСТКЕ КОНКРЕТНЫХ НОМЕРОВ:



Два макета на развороте

# ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ

ОБРАЗЦЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В ВЕРСТКЕ КОНКРЕТНЫХ НОМЕРОВ:



1/1



2/1

# ПРИМЕРЫ МАКЕТОВ

## ОБРАЗЦЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В ВЕРСТКЕ КОНКРЕТНЫХ НОМЕРОВ:

ПРОЗА ЗВЕЗД

— Вот этот перстень.  
— Девушка, — обращается муж к продавщице, — я остаюсь тут свою жену. Поговорите с ней четверть часа, только, умоляю, нигде не отпускайте!

Вскоре опять влетает в магазин.  
— Все в порядке! Берите!  
За это время Саша успел съездить в парфюмерный магазин, где из-под прилавка ему продали французские духи, с заветным флаконом домчался до настоятельных друзей, преподнес презент, взял в долг деньги — и вернулся в ювелирный.

Почти двадцать лет я прожил в счастливом браке. Без восторженных «А-а-а!» и «О-о-о!» не проходило и дня. Премьера спектакля «Шимок», где у меня — омерзительная главная роль. Перед началом Саша преподносит французские духи. В антракте — еще один. «Спасибо за первый акт!» После поклонов, за кулисами — трель: «Ты так гениально играешь на каждой позе!» Подарки — чемоданами, цветы — охапками... Принести один цветочек или скромный букет — не на Сашинего репертура.

Мы уже расстались с Колей, но еще не разменяли квартиру, когда однажды вечером раздался звонок в дверь. Открывало, а на площадке стоит огромный куст цветущего шиповника. Накрыви его с дочкой подольскими, чтобы не возмозло, втащиши в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знаю, кто эта «сволочь», и боюсь навещать на себе нынчик гнев, ко-как распилиши куст и под покровом ночи перетащали частями на помойку подальше от дома.

Другой эпизод произошел, когда мы уже переехали в район ВДНХ — в большую квартиру, где живу по сей день. Саша должен был вернуться из командировки. Я наготовила разных вкус-

и «О-о-о!» не проходило и дня. Премьера спектакля «Шимок», где у меня — омерзительная главная роль. Перед началом Саша преподносит французские духи. В антракте — еще один. «Спасибо за первый акт!» После поклонов, за кулисами — трель: «Ты так гениально играешь на каждой позе!» Подарки — чемоданами, цветы — охапками... Принести один цветочек или скромный букет — не на Сашинего репертура.

Мы уже расстались с Колей, но еще не разменяли квартиру, когда однажды вечером раздался звонок в дверь. Открывало, а на площадке стоит огромный куст

цветущего шиповника. Накрыви его с дочкой подольскими, чтобы не возмозло, втащиши в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знаю, кто эта «сволочь», и боюсь навещать на себе нынчик гнев, ко-как распилиши куст и под покровом ночи перетащали частями на помойку подальше от дома.

Другой эпизод произошел, когда мы уже переехали в район ВДНХ — в большую квартиру, где живу по сей день. Саша должен был вернуться из командировки. Я наготовила разных вкус-

6  
glenmark

**ГЛЕНЦЕТ**  
АЛЛЕРГИИ ОСТАЛИСЬ  
СЧИТАЕМЫЕ МИНУТЫ

**12**  
МИНУТ

Аллергия — самое распространенное заболевание. Более 20% населения планеты постоянно нуждается в средствах, которые быстро и надолго избавят от ее симптомов. Такое средство есть — «Гленцет».

**ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ИНСТРУКЦИЕЙ, О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ, ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.**

История по специальному заказанию компании Гленцет. Авторская иллюстрация: Елена ЛЕВОНОВА, РЕГИОНАЛ

- начинает действовать через 12 минут,
- достаточно одной таблетки на 24 часа,
- не вызывает сонливости.

**1/2**  
(горизонтальная)

ПРОЗА ЗВЕЗД

за ним произносит тридцать: отрезаешь от тебя, ситана, со-четався Тебе, Христос. «Посоди, и так...» — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рудит тот, кто деньги на фильм напел.

Элла Никиту, мому себе представишь объяснения в любви в сарае дома городского полковника, которого играл Иннокентий Смоктуновский.

«Очи черные» получили приезд в Кание за дружную мужскую роль, еще какие-то знаковые награды. Был международный успех, фильм продали в сто двадцать стран. Но Никита был недоволен. Дело в том, что финансировала проект найденная Аллой Гаррубой итальянская миллионерша Сильвия д'Амико, ставшая продюсером. Перед началом съемок они с Михаиловым договорились, что ему заплатят определенную сумму. Позже Никита выяснил, что по заданным меркам это суммы копеечные, столько получают начинающие режиссеры. Еще больше его раздраждало то, что Сильвия, вложив около четырех миллионов долларов, получила раз в двадцать больше и натурой отказалась делиться процентами от прибыли. Мол, так не договаривались. Что и говорить, ушлый народ эти миллионеры. Было обидно, конечно. Разгневанной Михайлов больше с ней не сотрудничал.

Позже, в 1992-м, Никита разругался и с Аллой. Она считала себя важной птицей.

И могла сказать, например: «Никита! Так писать сценарий неслась. Будешь делать так и так...» — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рудит тот, кто деньги на фильм напел.

Элла Никиту, мому себе представишь объяснения в любви в сарае дома городского полковника, которого играл Иннокентий Смоктуновский.

«Очи черные» получили приезд в Кание за дружную мужскую роль, еще какие-то знаковые награды. Был международный успех, фильм продали в сто двадцать стран. Но Никита был недоволен. Дело в том, что финансировала проект найденная Аллой Гаррубой итальянская миллионерша Сильвия д'Амико, ставшая продюсером. Перед началом съемок они с Михаиловым договорились, что ему заплатят определенную сумму. Позже Никита выяснил, что по заданным меркам это суммы копеечные, столько получают начинающие режиссеры. Еще больше его раздраждало то, что Сильвия, вложив около четырех миллионов долларов, получила раз в двадцать больше и натурой отказалась делиться процентами от прибыли. Мол, так не договаривались. Что и говорить, ушлый народ эти миллионеры. Было обидно, конечно. Разгневанной Михайлов больше с ней не сотрудничал.

Позже, в 1992-м, Никита разругался и с Аллой. Она считала себя важной птицей.

**Fa**

**НОВИНКА:**  
ПАРФЮМЕРНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ\*

**Многokrратное раскрытие аромата и надежная дез-защита**  
Fa Floral Protect

ТЕХНОЛОГИЯ  
«ВСЬ ДЕНЬ»  
ПРОТИВ АРОМАТОВ

**1/3**  
(вертикальная)

ПРОЗА ЗВЕЗД

пост, любит литературу, музыку, театр. — она понимала, что искусство раскрывает и раскрепощает ребенка. Но мама и не подозревала, чем все в итоге обернется!

Ей пришлось бросить репетиции, когда у меня начались активные съемки и репетиции в театре. Я же была маленькой — как без мамы! Она очень переживала, особенно из-за бытовой неустойчивости за кулисами и на площадке. Мама для меня и по сей день — директор, менеджер и ассистент в одном лице. Ее иногда не любят продюсеры, потому что больше всего на свете маму волнуют вопросы: не холодно ли мне, не жарко ли, не устала ли я, пообедала ли?

Сначала мама вела себя тихо, но когда повалила, что никто кроме нее обо мне на съемках не позаботится, стала защищать от всех неудоб. Если продюсеры просят поработать без обеда, она сразу начинает нервничать: «Какие кино! Мне Лизанки обед важнее нашего кино! Вначале ребенок поест, а потом все остальное!»

Иногда приходится ее останавливать. Боюсь, что меня выгонят с проекта, если не буду поговорившей! Но у мамы своя правда — никакое кино не стоит здоровья ребенка. Я понимаю, почему многие так не любят родителей на съемках. От их присутствия падает производительность труда.

Слышу команду: «Астеры, на площадку!» А мама: «Не тронься, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутерброд вставить!

А еще за то, что мама всегда стремилась раскрывать мой мир самыми яркими красками. Мне было восемь, когда мы поехали на Всемирный чемпионат исполнителей искусств в Голливуде. Это был потрясающий праздник, где собрался участником из пятидесяти стран мира.

Они пели, танцевали, показывали цирковые номера. Все вокруг говорило на разных языках! Полный восторг! Собственное выступление как-то ушло на второй план, хотя и платиле красивое шоу, и песню пела веселую. Мне даже при дали. Я выступила в категории «Оригинальный вокал» в самой младшей возрастной группе. И наверняка мой вокал действительно был очень оригинальным, потому что с учителем и в то время еще не занималась, но с большим удовольствием орала в микрофон и сказала по сцене.

Интереснее всего было бегать по разным залам и смотреть другие выступления. Я хорошо помню вокальную группу мальчишек из Мексики в огромных соборных и кобальтовых штанах. Старшему — четырнадцать, а младшему — пять, и его постоянно терлели, потому что он, как и я, засматривался на чужие номера. Я помогала промажу не-

EXCLUSIVE PREMIUM QUALITY

**BASILUR**

ТЕА

**СОГРЕЙ СВОЕ СЕРДЦЕ ЧАЕМ!**

\*Источники информации об организаторе акции «Создаем Швецию» в рамках ее проведения, количестве призов по результатам ее проведения, сроках, месте и порядке ее проведения на сайте [www.basilur.com](http://www.basilur.com) Сроки проведения акции с 15.12.2014 г. по 15.12.2015 г.

**1/3**  
(горизонтальная)

# ГРАФИК ВЫХОДА

## ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2017г.

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

№	месяц	<i>Последний день заявки и подачи материалов на спец- проекты, и advertorial *</i>	<i>Последний день заявки, оплаты и подачи готового макета, или отказа от рекламы</i>	Тираж в Москве
1	Январь	15.11.2016	05.12.2016	10.01.2017
2	Февраль	12.12.2016	26.12.2016	06.02.2017
3	Март	09.01.2017	30.01.2017	06.03.2017
4	Апрель	13.02.2017	06.03.2017	10.04.2017
5	Май	13.03.2017	03.04.2017	10.05.2017
6	Июнь	10.04.2017	28.04.2017	05.06.2017
7	Июль	15.05.2017	05.06.2017	10.07.2017
8	Август	09.06.2017	03.07.2017	07.08.2017
9	Сентябрь	10.07.2017	31.07.2017	04.09.2017
10	Октябрь	14.08.2017	04.09.2017	09.10.2017
11	Ноябрь	11.09.2017	02.10.2017	07.11.2017
12	Декабрь	09.10.2017	30.10.2017	04.12.2017

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

# IPAD-ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

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

Установок приложения – более 120 000.

Количество скачиваний одного номера в месяц– 12 000 – 17 000

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В IPAD-ВЕРСИИ ЖУРНАЛА «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2017

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	