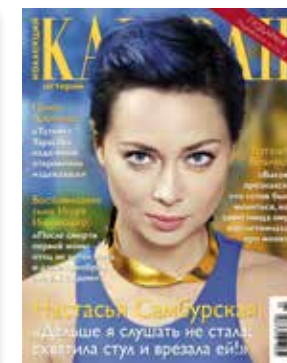


COLLECTION



коллекция **КАРАВА́Н** историй

APRIL 2017

ABOUT MAGAZINE

«**Collection Karavan Istoriy**» magazine contains exclusive stories about celebrities' lives, courageous confessions in a novel style and the best projects of photo-artist Ekaterina Rozhdestvenskaya.

«Collection Karavan Istoriy» is issued bimonthly, starting from March 2006. It is printed in mini-format. August monthly - 2010.

From 17 May 2012 comes the iPad version of the journal.



Size of the magazine 175 x 225 mm. Volume 196-208 pages. Printed in Germany. Circulation 660 00 copies (April 2016)

REGULAR COLUMNS

Names



Collection style

Collection home



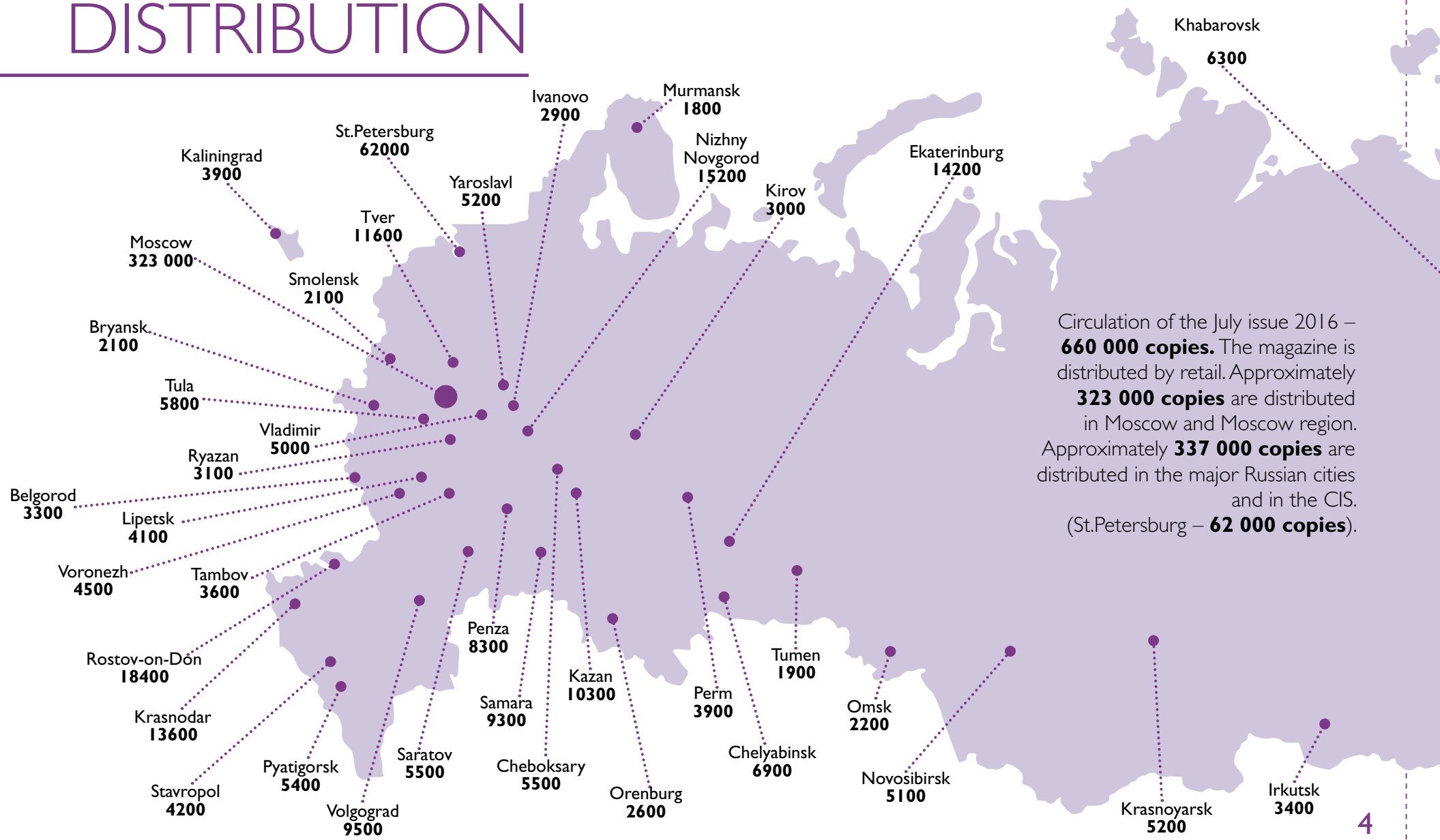
Collection health



Prose stars



DISTRIBUTION



Circulation of the July issue 2016 – **660 000 copies**. The magazine is distributed by retail. Approximately **323 000 copies** are distributed in Moscow and Moscow region. Approximately **337 000 copies** are distributed in the major Russian cities and in the CIS. (St.Petersburg – **62 000 copies**).

READERSHIP

AVERAGE ISSUE READERSHIP IN MOSCOW

We present the data on the average issue readership and the half-year audience of the most popular women's and family magazines as a percentage of the adult population of Moscow (10 358 300 people) and in total figures:

Karavan Istoriy	8,3%	863 300
Cosmopolitan	5,8%	600 700
Collection Karavan Istoriy	5,0%	524 300
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

HALF-YEAR AUDIENCE IN MOSCOW

The figures for monthly women's magazines as a percentage of the adult population of Moscow and in total figures (thousands of people):

Karavan Istoriy	20,8%	2 163 800
Cosmopolitan	13,2%	1 379 100
Collection Karavan Istoriy	11,7%	1 216 100
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

READERSHIP

AVERAGE ISSUE READERSHIP IN RUSSIA

Average issue readership in Russia is presented based on the data from «Mediascope Russia» (NRS-Russia, September 2016 – February 2017) as a percentage of the adult population (60 905 500 people) and as total figures:

Cosmopolitan	5,7%	3 502 900
Karavan Istoriy	4,8%	2 924 700
Collection Karavan Istoriy	2,1%	1 309 600
Glamour	2,1%	1 284 200
Vogue	1,3%	805 900
Elle	1,1%	665 200
Story	0,5%	278 900

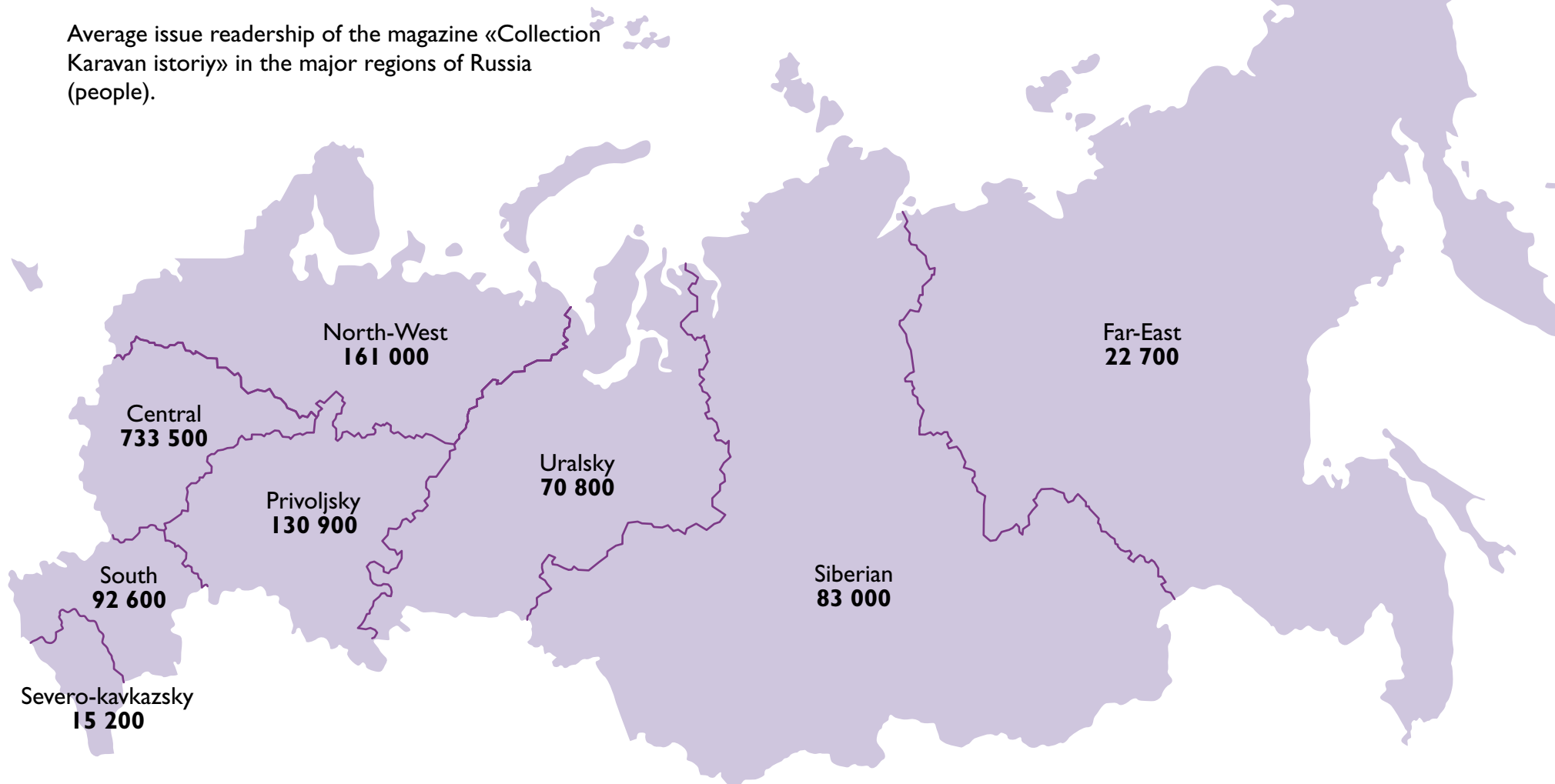
TOTAL AUDIENCE MAGAZINES KARAVAN IS-TORIY AND COLLECTION KARAVAN ISTORIY

(percentage and in total figures)

Moscow	11,3%	1 180 900
Russia	6,1%	3 724 700
in Saint Petersburg	7,3%	327 700

READERSHIP

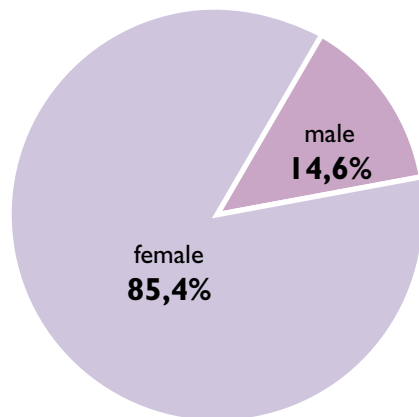
Average issue readership of the magazine «Collection Karavan istoriy» in the major regions of Russia (people).



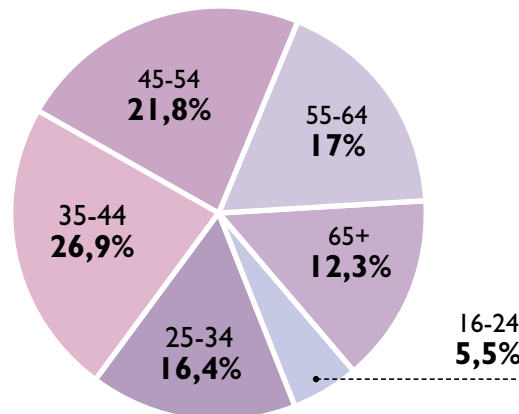
READERSHIP

SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE READERSHIP

1. Sex

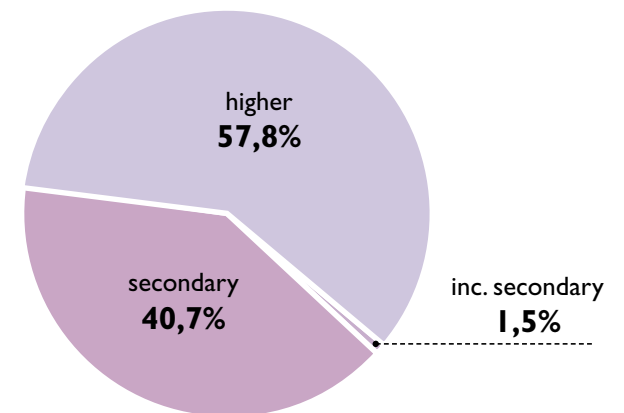


2. Age



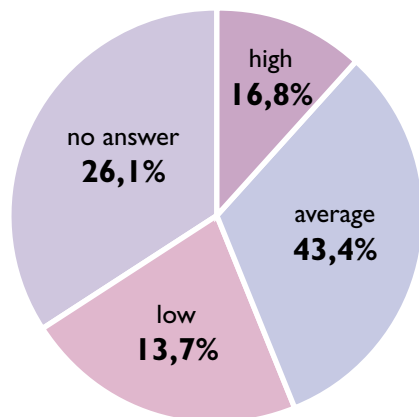
Conclusion: the magazine «Collection Karavan Istoriy» meets interests of practically all age groups.

3. Education



READERSHIP

4. Income

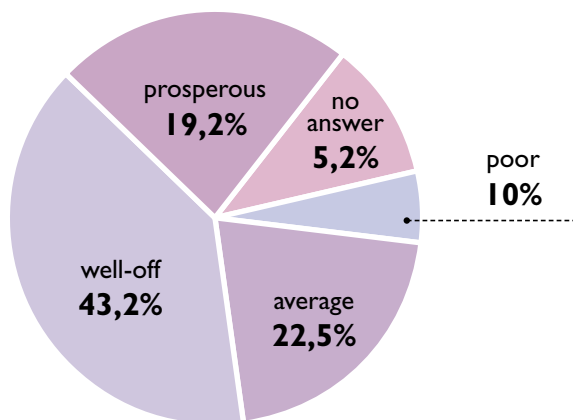


Taking into consideration that the respondents in the course of the study do not willingly answer the question about their income, and comparing the average figures for Moscow, we made the following conclusions:

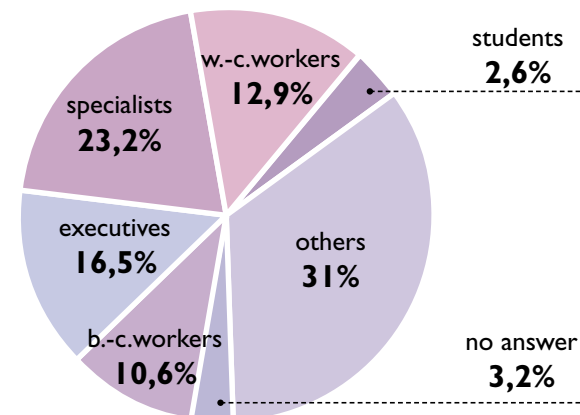
1. At least 60.0% of the readers are referred to the category of people with relatively high income.
2. The proportion of readers with a high income is higher than the 16.8% stated in the category since the respondents deliberately lowered the information they gave.

5. Financial status

Financial status is determined by the amount of money spent on food. Prosperous people spend on food less than 25% of the family income, well-off people – 25–50%, average people – 50–75% and poor people – more than 75% of the family income. The percentage of these groups among «Collection Karavan Istoriy» readership is listed below:



6. Social status



PRICE

ADVERTISING RATES FOR «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

Size	Price, RUB
I/1 page	380 000
I/2 page	250 000
I/3 page	180 000
I/6 page	120 000
I/32 page	40 000
Spread	620 000
First spread	750 000
Second spread	710 000
Third spread	680 000
I/1 beside the publisher's imprint	455 000
I/1 beside the Editorial	440 000
First I/1 beside the table of contents	435 000
Second I/1 beside the table of contents	425 000
II cover	460 000
III cover	435 000
IV cover	570 000

The prices are indicated without VAT

DISCOUNTS FOR MULTIPLE ADVERTISEMENTS

Quantity of insertions	Discount
2 – 3	20%
4 – 5	20%
6 – 9	20%
10 – 12	20%
Advertising agencies are granted with 15% discount.	20%

MARKUPS AT POSITIONING

Position	Markup
First half of the magazine	
First advertising of a definite product category	
Placement of 2 -3 layouts successively	
Placement of 2 layouts on spread	
Placement in a definite column	
Non-standard size advertising	

PACKAGE DEPLOYMENT

PRICES FOR PACKAGE DEPLOYMENT OF THE MAGAZINE «KARAVAN ISTORIY» AND «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

<i>Karavan istoriy</i>	<i>Size</i>	<i>Collection Karavan istoriy</i>	<i>Cost, RUB</i>
1/1		1/1	800 000
1/2		1/1	620 000
1/3		1/1	515 000
1/1		1/2	740 000
1/2		1/2	550 000
1/3		1/2	410 000
1/3		1/3	390 000
2/1		2/1	1 350 000
1/1		2/1	950 000
2/1		1/1	1 180 000

The prices are indicated without VAT

DISCOUNTS FOR MULTIPLE ADVERTISEMENTS:

<i>Quantity of isertions</i>	<i>Discount</i>
2 – 5	
6 – 9	
10 – 12	

SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

INSERTION OF PRINTED PRODUCTS



Card



Advertising catalogue



Leaflet, coupon, CD/DVD

Circulations of insertion: from of 50 000 to 770 000 copies (except of CD and DVD)

Possible regions of distribution: Moscow and Moscow region Moscow, Moscow region and Sankt-Petersburg Regions of Russia (without an option of choosing a region)

Price on request

SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

GLUING OF SAMPLES



Sample on the page



Sample on the page



Discount card, greeting card, coupon

Is glued on the advertising model which is 1/1 of page or spread.

Circulations of gluing: from 50 000 to 770 000 copies.

Possible regions of distribution: Moscow and Moscow region 50 000 – 400 000 copies; Moscow, Moscow region and Sankt-Petersburg 50 000 – 461 600 copies; Regions of Russia 50 000 – 340 000 copies.

Price on request

SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

TERMS OF WORK WITH SPECIAL PROJECTS

The advertising provider delivers himself an edition of sticking-in or clays to the place of production according to the instructions of the Publishing House.

Project proposal – not later than 38 days before the issue date.

Testing – 28 days before the issue date. Samples for testing in the amount of 150 items are delivered to the address of the Publishing House.

The term of delivery of ready advertising production – 4 days before the issue date.

Conditions of work with special projects in Germany - on request.



ADVERTORIAL PROJECTS

Advertorial – advertising text models, made by Publishing House, including some in style of edition.

For text writing the advertising provider gives the main idea and material. For layout the advertising provider gives details and pictures.

PRICES FOR MAKING ADVERTORIAL PROJECTS IN «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

Text writing, layout, proof (with provided illustrations).

Size	Price, rubles
1/1	30 000
1/2	25 000

Making layout (with prepared text).

Size	Price, rubles
1/1	15 000
1/2	15 000

The prices are indicated without VAT.

TERMS FOR PROVIDING MATERIALS:

-terms are given in the schedule of «Collection Karavan Istoriy».

- prepared text and illustrations are to be provided 10 days before the date of providing of ready layout to the relevant issue of the magazine according «Collection Karavan Istoriy» schedule.

ADDITIONAL COSTS (DUE TO AN AGREEMENT):

- if a photo shoot is made by a photographer of Publishing House
- an interview
- if some special photos are to be bought in photobanks

ADVERTORIAL PROJECTS

ADVERTORIAL IN PACKAGE «KARAVAN ISTORIY» + «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

If it is a package, any material, which was made for «Karavan Istoriy», is adopted for the size of «Collection Karavan Istoriy».

Materials for advertorial is to be provided in terms, which are given in schedule of «Karavan Istoriy».

PRICES FOR MAKING OF ADVERTORIAL PROJECTS IN «KARAVAN ISTORIY» + «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

Text writing, layout, proof (with provided illustrations).

Size	Price, rubles
1/1	60 000
1/2	45 000

Making layout (with prepared text).

Size	Price, rubles
1/1	25 000
1/2	20 000

The prices are indicated without VAT.

TERMS FOR PROVIDING MATERIALS:

- terms are given in the schedule of «Karavan Istoriy».
- prepared text and illustrations are to be provided 10 days before the date of providing of ready layout to the relevant issue of the magazine according «Collection Karavan Istoriy» schedule.

ADDITIONAL COSTS (DUE TO AN AGREEMENT):

- if a photo shoot is made by a photographer of Publishing House
- an interview
- if some special photos are to be bought in photobanks

ADVERTORIAL PROJECTS

EXAMPLES OF ADVERTORIAL

РОСНЕФТЬ
На благо РОССИИ

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

РЕКЛАМА

Rosneft
(193 characters, 8 pt)

НИВЕА

КРАСОТА В ГАРМОНИИ С ПРИРОДОЙ

Морщины — самый важный и неприятный признак увядания кожи. На их появление влияют как внутренние, так и внешние факторы. К первым относятся возраст, кожа — как правило, сушея 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, среднее количество факторов, влияющих на здоровье и красоту, значителен роль играют правильное, сбалансированное питание. Ежедневно необходимо употреблять 90 полезных микроэлементов: 60 минералов, 16 витаминов, 12 аминокислот и 3 основные 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, ускорять работу ее клеток и противодействовать процессу старения.

В новой линии **Pure&Natural** от **НИВЕА** 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 бобровицника 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 масла, обладает exceptional питательными, увлажняющими и разглаживающими свойствами. И это не пустые слова.

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

Nivea
(2383 characters, 8 pt)

СНЕЖНАЯ КОРОЛЕВА
WWW.KOROLEVA.RU

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

Горох + 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 а чтобы сделать образ по-осеннему легким, сочетайте их с вещами модного в этом сезоне ментолового оттенка.

Snezhnaya koroleva
(1170 characters, 8 pt)

ADVERTORIAL PROJECTS

EXAMPLES OF ADVERTORIAL

Кальций Сандоз® Форте для красоты и здоровья

Вопросы о вечной молодости и красоте представительницы прекрасного пола трактуют самые разные. Среди существующих на рынке препаратов кальция выделяют 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 высвобождается в виде кальциевой ионы, реагирует со входящими в состав веществами, полностью переходит в легкоусвояемую по эффективности и безопасности органическую форму кальция — цитрат кальция.¹

Таким образом, в готовом виде не содержится только органические формы кальция: цитрат и лактоглобулин. Цитрат кальция — особая форма кальция в высокой степени усвояемости и биодоступности (витамины и биодобавки). Поэтому помимо проблем с ногтями, волосами, кожей, костями и суставами, цитрат в среднем на 27% выше, чем из карбоната кальция.²

Дополнительное преимущество препаратов II поколения дает жи-

вая форма, благодаря которой кальций лучше усваивается организмом, проникая напрямую в клетки. Кроме того, при растворении таблетки Кальций Сандоз® Форте углекислый газ улетучивается из раствора, не вызывая неприятного чувства распирания в желудке.³

Кальций Сандоз® Форте выпускается в виде растворимых таблеток с апельсиновым вкусом. Кальций Сандоз® Форте доступен в уникальной дозировке⁴ — 1000 мг. Благодаря чему одна таблетка в день полностью удовлетворяет суточную потребность в кальции взрослого человека.

Поддержите свою красоту!

¹ Гринина О.А., Таранов И.Ю., Гринина М.В., Гринина Т.Р., Лерманова Н.В. Органические соли кальция: преимущества использования в клинической практике. *РМЖ. Клиническая фармакология*. 2012; 28: 1607-11.

² Гринина О.А., Волкова А.Ю., Таранов И.Ю., Гринина М.В., Лерманова Н.В., Гринина Т.Р. Сравнительный анализ растворимости различных препаратов кальция в зависимости от кислотности среды. *Вестн. № 7*, 2013, с. 18-24.

³ По заявке РФ № 15.12.2013. Матрица Сандоз® Форте является препаратом с контролируемым высвобождением кальция 1000 мг в таблетке, зарегистрированным на территории РФ.



ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Kaltsiy Sandoz Forte
(3783 characters, 8 pt)

ПРИМА 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 память об отце. Но времена стояли советские, общение с иностранцами, тем более эмигрантами, мягко говоря, не приветствовалось. Сама я за годы Юриной эмиграции видела его лишь раз. И встретила эта один в один напалочка знаменитое свидание Штирлица с женой: обидлись они-таки глазами.

Тесты имени Ермоловича трансформировал в ГИР. Волковская по театру, подходит приятель-артист: «Быстро спускайся в буфет. Там Юрка ждет. Только делай вид, что его не знаешь». Желтого ФРТ 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 учурился незаметно испугаться, чтобы забрала из-под стола кузек с одежкой для Мити. В ту же поездку мы с Юрой встретились еще раз — уже без мужа. Он приехал в магазин, хотел купить шапку, но не нашел. Я перепуталась, а друг на границе спросил: откуда любя? На казенный лад объяснила: «Весь ямпо не на мизерные командировочные Юрка — он был игрок, обожал казино — уговаривал: «Да я за ночь проиграл больше, чем эта вещь стоит!» Но я перелазла со струны и ни в казино. Потом всю жизнь жалела и вспоминала эту шурбу Юру. Юра всегда был немножко авантюристом. Начал вести торговлю загорючие поместья где-то под Переславлем-Залесским. Митка туда съездил кататься на лошадах. Оба страстно любили охоту. И первую нашу «птюрку» спроворил именно бывший муж. Он собрал целый парк автомобилей, половину которую, вложив «птюрку», Митка разбил

ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ

Восход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно и комфортно себя чувствовать, важно обеспечить организм необходимыми витаминами и минералами. Витрум Бьюти — это комплекс витаминов и минералов, который помогает поддерживать красоту и здоровье.

Восполнить витаминно-минеральный комплекс Витрум Бьюти можно с помощью витаминно-минерального комплекса Витрум Бьюти. Витрум Бьюти содержит витамины А, Е и С, которые помогают поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти также содержит минералы, которые помогают поддерживать красоту и здоровье.

Витрум Бьюти — это комплекс витаминов и минералов, который помогает поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти содержит витамины А, Е и С, которые помогают поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти также содержит минералы, которые помогают поддерживать красоту и здоровье.

Multifort
(2189 characters, 7 pt)

СЕКРЕТНОЕ МЕНЮ КРАСОТЫ

Восполнить витаминно-минеральный комплекс Витрум Бьюти можно с помощью витаминно-минерального комплекса Витрум Бьюти. Витрум Бьюти содержит витамины А, Е и С, которые помогают поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти также содержит минералы, которые помогают поддерживать красоту и здоровье.

Витрум Бьюти — это комплекс витаминов и минералов, который помогает поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти содержит витамины А, Е и С, которые помогают поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти также содержит минералы, которые помогают поддерживать красоту и здоровье.

Витрум Бьюти — это комплекс витаминов и минералов, который помогает поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти содержит витамины А, Е и С, которые помогают поддерживать красоту и здоровье. Витрум Бьюти также содержит минералы, которые помогают поддерживать красоту и здоровье.

Vitrum Beauty
(1682 characters, 8 pt)

SIZES

SIZES OF THE ORIGINAL LAYOUTS

1/1	175 x 225 mm (+ 5 mm for the trimming)
1/2 horizontal	175 x 110 mm (+ 5 mm for the trimming)
1/3 horizontal	175 x 72 mm (+ 5 mm for the trimming)
1/3 vertical	57 x 225 mm (+ 5 mm for the trimming)
1/6 vertical	57,7 x 111 mm (+ 5 mm for the trimming)
1/3 vertical	45,7 x 45 mm

EXAMPLES

EXAMPLES OF ADVERTISING IN PAGINATION OF CERTAIN ISSUES:



2 models on the double page

EXAMPLES

EXAMPLES OF ADVERTISING IN PAGINATION OF CERTAIN ISSUES:



1/1



2/1

EXAMPLES

EXAMPLES OF ADVERTISING IN PAGINATION OF CERTAIN ISSUES:

ПРОЗА ЗВЕЗД

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

Вскоре опять влетает в магазин.
— Все в порядке! Берем!
За это время Саша успел съездить в парфюмерный магазин, где из-под прилавка ему продали французские духи, с заветным флаконом домчался до соседственных 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 «Шинюк», где у меня — омерзительная главная роль. Перед началом Саша преподносит французские духи «Чтобы лучше игралось». В антракте — еще один «Спасибо за первый акт!» После поклонов, за кулисами — прятать «Ты так гениально играешь на каждой позе!» Подарки — 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. Накрыли его с дочкой подоловельниками, чтобы не возложил, и зашли в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знала, кто эта «сволочь», и боясь навредить на себе нынчик гнев, кос-как расписали куст и под покровом ночи перетащали частями на помойку подальше от дома.

Другой эпизод произошел, когда мы уже переехали в 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 «Шинюк», где у меня — омерзительная главная роль. Перед началом Саша преподносит французские духи «Чтобы лучше игралось». В антракте — еще один «Спасибо за первый акт!» После поклонов, за кулисами — прятать «Ты так гениально играешь на каждой позе!» Подарки — 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. Накрыли его с дочкой подоловельниками, чтобы не возложил, и зашли в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знала, кто эта «сволочь», и боясь навредить на себе нынчик гнев, кос-как расписали куст и под покровом ночи перетащали частями на помойку подальше от дома.

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

ТАБЛЕТКА АЛЛЕРГИИ ОСТАЛИСЬ СЧИТАЕМЫМИ МИНУТАМИ



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.

«Гленцет» — зарегистрированный товарный знак компании Гленцет Фарма. Регистрационное удостоверение ЛСР-003070-10, РЕГИОН.

1/2
(horizontal)

за ним произносит тридцать отрезавшись от тебя, ситана, со-четавсь Тебе, Христе. «Посоди, прими новотроисценных рабов Твоих», — завершил обряд отец Александр.

Никита, когда все закончилось, тут же забрал Марчело и Лену. Надо было снимать сцену объяснения в любви в сарае дома городского полковника, которого играл Иннокентий Смоктуновский.

«Очи черные» получили приезд в Канине за дружную мужскую роль, еще какие-то знаковые награды. Был междуродный успех, фильм продали в сто двадцать стран. Но Никита был несдоволен. Дело в том, что финансировала проект найденная Аллой Гаррубой итальянская миллионерша Сильвия д'Амико, ставшая продюсером. Перед началом съемок они с Михаилом договорились, что ему заплатят определенную сумму. Позже Никита выяснил, что по заданым меркам это суммы колоссаль, столько получают начинающие режиссеры. Еще больше его раздраждало то, что Сильвия, вложив около четырех миллионов долларов, получила раз в двадцать больше и натурез — отказалась делиться процентами от прибыли. Мол, так не договаривались. Что и говорить, ушлый народ эти миллионеры. Было обычно, 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 нельзя. Будешь делать так и так...» — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рунит тот, кто деньги на фильм напел. Знал Никиту, кому себе представить, как у него переть, льдом вставала от таких указаний. Он терпел-терпел, но в конце концов рубанул: «Как ты со мной разговариваешь? Пошла вон!»

И выбросил ее из своей жизни, мгновенно забыв, что именно Алла нашла деньги на съемки трех его картин, в том числе и на «Урку», номинал-команда с полезными людьми и вывела карьеру Михайлова на новый международный уровень. Но эти мысли пришли гораздо позже, когда в сам, по сути, оказался в том же положении, что и Алла. Тогда же я Никиту понял и не осудил.

К тому времени его дела в России начали идти в гору. И произошло это, славу без ложной скромности, не без моего участия. Например, в период безденежная созданная им «Студия ТРИТЭ» Никиты Михайлова выпустила юниты «Российский архив», где были материалы, прежде хранившиеся в секретных запасах КГБ, к которым Михайлов в девственность нашёл лазейку. Если перед юниты надо продать, заработать на них. Но как Открыви пару ларьков — не хочет народ покупать! «Надо выходить на правительство-

Fa

**НОВИНКА:
ПАРФЮМЕРНАЯ
РЕВОЛЮЦИЯ***

Многочратное раскрытие аромата и надежная дез-защита
Fa Floral Protect

ТЕХНОЛОГИЯ
«ВСЬ
В ДЕНЬ»
ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ
АРОМАТА

1/3
(vertical)

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 репетицию, 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 поняла, 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: «Какое кино? Мне Лизкин обед важнее нашего кино! Вначале ребенок поест, а потом все остальное!»

Иногда приходится ее останавливать. Боясь, 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: «Атеры, на площадку!» А мама: «Не тропись, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутерброд вставить!

А еще за то, что мама всегда стремилась раскрыть мой мир самими яркими красками. Мне было восемь, когда мы поехали на Всемирный чемпионат исполнителей искусств, а его постановю терять, потому что он, как и я, засматривался на чужие номера. Я помогала промажу не-

Они пели, танцевали, показывали цирковые номера. Все вокруг говорили на разных языках! Полный восторг! Собственное выступление как-то ушло на второй план, хотя и платят красивую сумму, и persino пела веселую. Мне даже при дали. Я выступала в категории «Оригинальный вокал» в самой младшей возрастной группе. И наверно, 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 скакала 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 постановю терять, потому что он, как и я, засматривался на чужие номера. Я помогала промажу не-

EXCLUSIVE PREMIUM QUALITY

BASILUR

TEA

СОГРЕЙ СВОЕ СЕРДЦЕ ЧАЕМ!

*Источники информации об организаторе акции «Согревай Сердце» в рамках ее проведения, количестве призов по результатам ее проведения, сроках, месте и условиях ее получения на сайте www.basilur.ru/lottery Сроки проведения акции с 15.12.2014 г. по 15.02.2015 г.

1/3
(horizontal)

ISSUE DATES

ISSUE DATES, BOOKING AND MATERIAL DEADLINES FOR «COLLECTION KARAVAN ISTORIY» MAGAZINE FOR 2017

The ipad version of the magazine Collection Karavan Istory goes simultaneously with the paper version.

<i>No</i>	<i>Issue</i>	<i>Deadline for Advertorial *</i>	<i>Deadline for providing original layouts or cancellation</i>	<i>The issue date</i>
1	January	15.11.2016	05.12.2016	10.01.2017
2	February	12.12.2016	26.12.2016	06.02.2017
3	March	09.01.2017	30.01.2017	06.03.2017
4	April	13.02.2017	06.03.2017	10.04.2017
5	May	13.03.2017	03.04.2017	10.05.2017
6	June	10.04.2017	28.04.2017	05.06.2017
7	July	15.05.2017	05.06.2017	10.07.2017
8	August	09.06.2017	03.07.2017	07.08.2017
9	September	10.07.2017	31.07.2017	04.09.2017
10	October	14.08.2017	04.09.2017	09.10.2017
11	November	11.09.2017	02.10.2017	07.11.2017
12	December	09.10.2017	30.10.2017	04.12.2017

* For special projects on paper (inserts, gluing, loose insertions, investments) deadline of application and the filing of the layouts should be clarified further.

IPAD-VERSION OF MAGAZINE

iPad-version of Collection Karavan Istoriy-magazine is in App Store Top in categories “Kiosk/Entertainment” and «Magazines in Russian».

Installation of apps – more than 120 000.
Number of downloading of one magazine – 12 000 – 17 000

PRICE FOR ADVERTISING IN IPAD-VERSION OF «COLLECTION KARAVAN ISTORIY».

Term of placement – 1 month

		Price, rubles., VAT is not inclusive		
Name	Description	without disposition	on the 2nd page	inside of main material
Standard formats				
Static model	Model without interactive solutions			
Static model with hyper-link	Hyper-link to a site or mobile app of advertising provider	100 000	130 000	160 000
Static model with an video	Model with possibility of video activation (till 30 sec.), with is downloaded to the app	150 000	195 000	240 000
Special formats				
Model with basic animation	Static model with affects of basic animation	180 000	230 000	280 000
Contentt of Brand	Content of Publishing House where an advertising provider is mentioned		200 000	
Individual formats	Provide by an advertising provider (agreed with editors) or designed under RK		call	