

# КОЛЛЕКЦИЯ



## коллекция **КАРАВАН** историй

.....  
И Ю Н Ъ 2 0 1 9

# О ЖУРНАЛЕ

Журнал **«Коллекция Караван историй»** – это эксклюзивные материалы о жизни звезд и их смелые признания в жанре автобиографического романа.

Выходит с марта 2006 года.

С 17 мая 2012 года выходит iPad версия журнала.



Формат 175 x 225 мм. Объем 196-208 полос.  
Тираж 600 000 экз.

# ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

Имена



Проза звезд



Выбор Коллекции Стиль

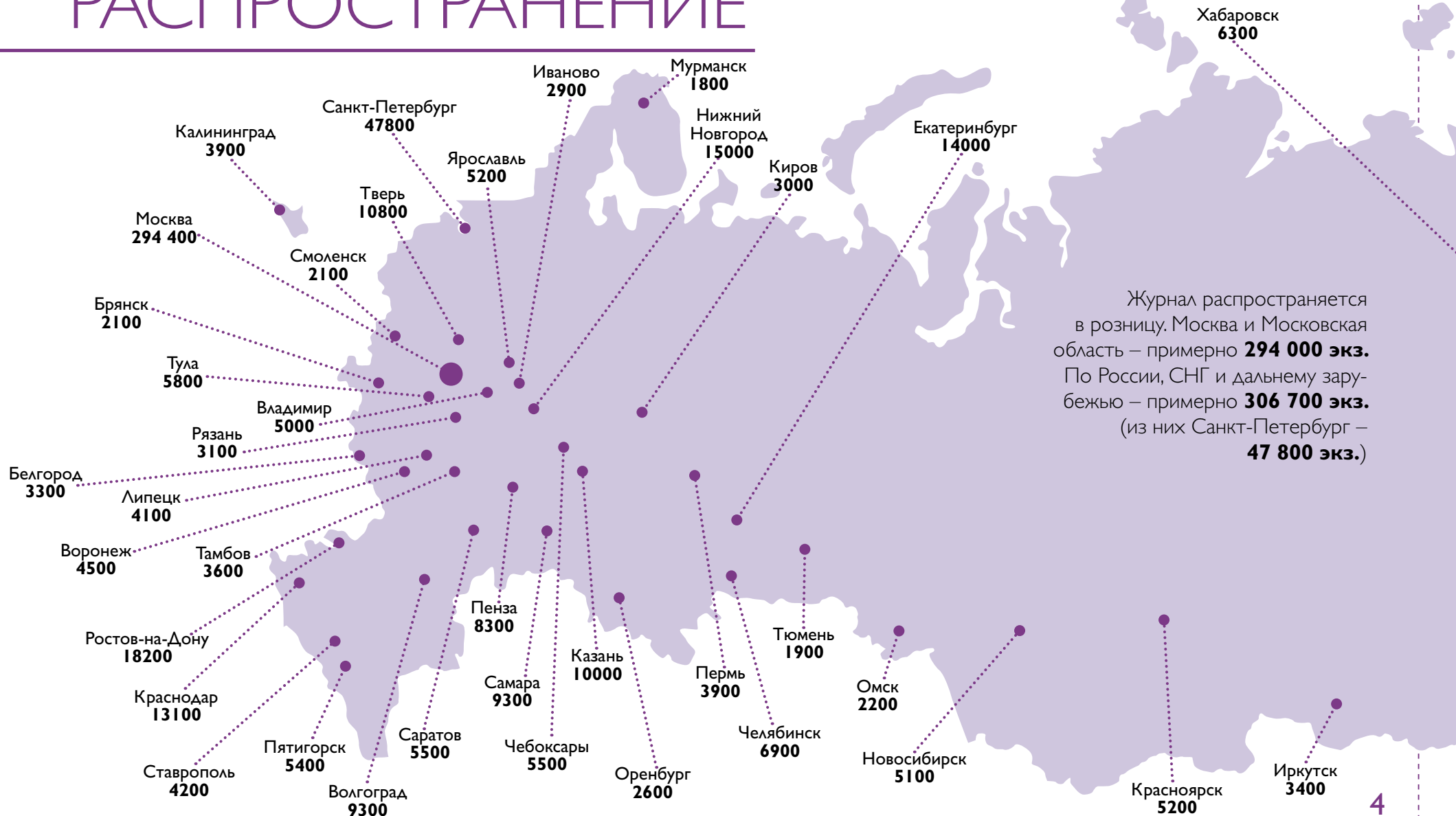


Выбор Коллекции Дом



Выбор Коллекции Здоровье

# РАСПРОСТРАНЕНИЕ



Журнал распространяется в розницу. Москва и Московская область – примерно **294 000 экз.** По России, СНГ и дальнему зарубежью – примерно **306 700 экз.** (из них Санкт-Петербург – **47 800 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 (10 494 300 чел.) и в абсолютных цифрах:

|                                  |             |                |
|----------------------------------|-------------|----------------|
| Караван историй                  | 5,6%        | 586 800        |
| Cosmopolitan                     | 5%          | 525 300        |
| <b>Коллекция Караван историй</b> | <b>3,6%</b> | <b>377 200</b> |
| Glamour                          | 2,9%        | 303 900        |
| Домашний очаг                    | 2,2%        | 232 100        |

# АУДИТОРИЯ

## АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» (NRS-Россия, декабрь 2018 — апрель 2019 (NRS 2019/2)) в процентах от взрослого населения (61 250 700 чел.) и в абсолютных цифрах:

|                                  |             |                  |
|----------------------------------|-------------|------------------|
| Cosmopolitan                     | 4,6%        | 2 814 600        |
| Караван историй                  | 3,2%        | 1 969 700        |
| <b>Коллекция Караван историй</b> | <b>1,7%</b> | <b>1 063 700</b> |

## СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

|                     |      |           |
|---------------------|------|-----------|
| по России           | 4,4% | 2 692 200 |
| по Москве           | 7,9% | 832 700   |
| по Санкт-Петербургу | 6,1% | 276 000   |

# АУДИТОРИЯ

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

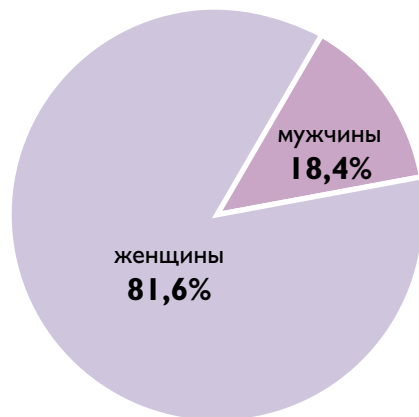


Данные исследования «Mediascop Россия» National Readership Survey, (16+), декабрь 2018 — апрель 2019 (NRS 2019/2)

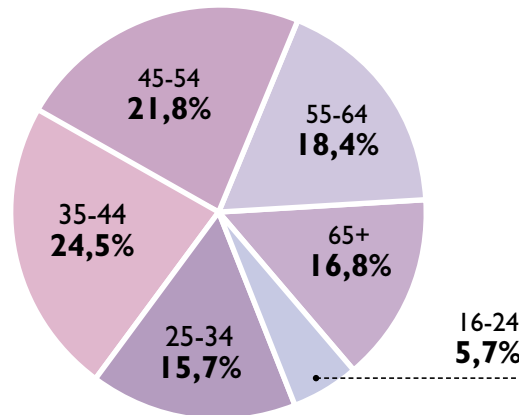
# АУДИТОРИЯ

## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

### 1. Пол

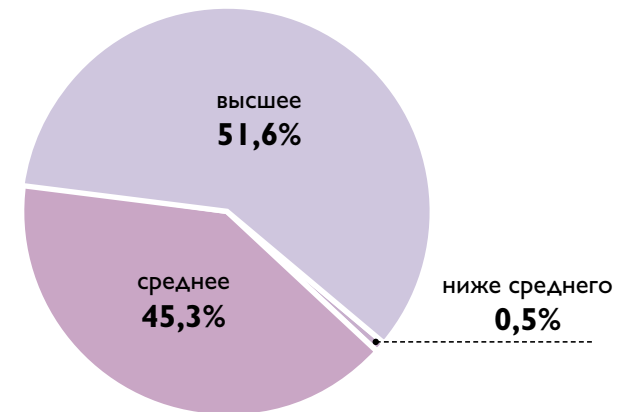


### 2. Возраст



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 11,9%, поскольку опрашиваемые умышленно занижают данные.

# РАСЦЕНКИ

## РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2019

| Размер                                 | Стоимость, руб. |
|--|-----------------|
| I/1 полоса                             | 400 000         |
| I/2 полосы                             | 265 000         |
| I/3 полосы                             | 190 000         |
| I/6 полосы                             | 125 000         |
| I/32 полосы                            | 42 000          |
| Разворот                               | 650 000         |
| Первый разворот                        | 790 000         |
| Второй разворот                        | 750 000         |
| Третий разворот                        | 715 000         |
| I/1 рядом со словом Главного редактора | 480 000         |
| Первая I/1 рядом с содержанием         | 470 000         |
| Вторая I/1 рядом с содержанием         | 460 000         |
| I/1 рядом со словом выходными данными  | 450 000         |
| II обложка                             | 490 000         |
| III обложка                            | 460 000         |
| IV обложка                             | 600 000         |

Внимание! Расценки не включают НДС.

## НАЦЕНКИ ПРИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ

| Позиция                                      | Наценка |
|--|---------|
| 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» 2019

| Караван<br>Историй | Размер | Коллекция<br>Караван Историй | Стоимость,<br>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.

# РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

## ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



открытка



рекламный каталог



листовка, купон, CD/DVD диск

**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 (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

**Возможные регионы распространения:** Москва и Московская область, Московская область и Санкт-Петербург ;  
Регионы России

**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 важный 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, среднее количество факторов, влияющих на здоровье и красоту, значителенную 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 задерживать воду от внешних 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. **БИОрепейник** усиливает естественную выработку коллагена, а **БИОорганическое масло**, содержащее в два раза больше, чем оливкового, витамина Е и полиненасыщенные масла, обладает прекрасными питающими, 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% — ослепила 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**  
Хитовый тренч, уютный свитер, стильная юбка — это то, что нужно для осеннего сезона.

**Горох + полоска**  
Триумфально вернуться из подруг. Любая вариация этих принтов поможет создать выразительный образ.

**Классика + Ментол**  
Легкий 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 страдать от ломкости ногтей, сухости волос, а жирный маникюр не сможет поменять спящие ногти на здоровые. Да и состояние зубов при недостатке кальция не позволит вам улыбаться по-голливудски.

**Значимость, его величество кальций**  
Кальций — основа красоты и здоровья, важнейший элемент в организме отвечает за здоровье зубов, волос, и ногтей, то есть главных визитных карточек женщины. Что касается здоровья, кальций не только укрепляет кости, но и способствует снижению риска развития остеопороза. Поэтому помимо проблем с ногтями и волосами при недостатке этого важного элемента в организме вас может мучить слабость, бессонница, проблемы с пищеварением, а порой и мышечные боли.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

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

ной форме, благодаря которой кальций лучше усваивается организмом, проникая напрямую в клетки. Кроме того, при растворении таблетки Кальций Сандоз® Форте увеличивается его усвояемость из желудка, не вызывая неприятного чувства распирания в желудке.  
Кальций Сандоз® Форте выпускается в виде растворимых таблеток с апельсиновым вкусом. Кальций Сандоз® Форте доступен в уникальной дозировке — 1000 мг. Благодаря чему одна таблетка в день полностью удовлетворяет суточную потребность в кальции взрослого человека.  
Подарите свое красоту!

1. Гринина О.А., Таранов И.Ю., Голыгина И.В., Гринина Т.Р., Лихоманова Н.В. Организация сети аптек: проблемы оптимизации экономики аптечной сети. М.: ИМА, 2012. 280 с.  
2. Гринина О.А., Волкова А.Ю., Таранов И.Ю., Гринина И.И., Лихоманова Н.В., Голыгина И.В. Сравнительный анализ растворимых и обычных препаратов кальция в отношении их эффективности. Вестн. МГУ. 2013. 18:24.  
3. По данным РРК на 13.12.2013. Кальций Сандоз® Форте является препаратом с самым высоким содержанием кальция 1000 мг в таблетке, зарегистрированным на территории РФ.



Кальций Сандоз® Форте

### ПРИМА ЗВЕЗД

**В** Перестройку в страну вернулся Митин отец. Выскажал 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: обиделись они-таки глазом.

Тесты имени Ермоловича трансформировал в ГИР. Волковские по театру, подходят 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 учурился незаметно испугаться, чтобы забрала из-под стола кулак с одаковой для Мити. В ту же поездку мы с Юрой встретились еще раз — уже без мужа. Он приехал в магазин, хотел купить мне полуботинок. Я перепуталась: а вдруг на границе спросит, откуда лубки? На казенный лубок в магазине, а на казенный купилась? Ведь явно 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 страстью и вспоминала эту шурбу-бубу — беснующую, из кудрявого барашка.

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

### ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ

**В**осход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

Восход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

Восход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

### НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ

**Мультифорт**  
(2189 знаков, 7 п)

### СЕКРЕТНОЕ МЕНЮ КРАСОТЫ

**В**осход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

### СЕКРЕТНОЕ МЕНЮ КРАСОТЫ

**В**осход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

Восход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

Восход — время расцвета и преображения. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами. Именно в этот период организм нуждается в поддержке. Чтобы чувствовать себя комфортно, важно обеспечить организм всеми необходимыми витаминами и минералами.

**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 оставлю 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 состоятельных 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 — прятать. «Ты так гениально играешь!» Из каждой поездки 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, втащить в квартиру. 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, кое-как распилили 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 вкусов

6  
glenmark  
12  
МИНУТ

**ГЛЕНЦЕТ**  
АЛЛЕРГИИ ОСТАЛИСЬ  
СЧИТАЕМЫЕ МИНУТЫ



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

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

Инструкция по применению оригинальной упаковки Glencet, зарегистрированной в РФ: ЛСР-003707-09, РЕГИОНА

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

1/2  
(горизонтальная)

за ним произносит тридцать: отрезаешь от тебя, ситана, со- читаешь Тебе, Христе. «Богородице, прими новопросоветных рабов Твоих», — завершил обряд отец Александр.

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

«Очи черные» получили приезд в Канин 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 колоссальные, 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 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 рудит тот, кто деньги на фильм напел. Знал Никиту, кому себе представить, как у него переть, лямбом 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», кинокоманда 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 полюбил 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 кино «Российский архив», где были материалы, прежде хранившиеся в секретных запасах КГБ, к которым Михайлов в девственность нашел лазейку. Если перед кино надо продать, заработать на них. Но как! Открыли пару ларьков — не хочет народ покупать! Надо выходить на правительство-

**Fa**

**НОВИНКА: ПАРФЮМЕРНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ\***

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



\*Технология «Весь день» — запатентованная разработка.

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 репетиторство, 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: «Какие кино! Мне Лизкин 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: «Атеры, на площадку!» А мама: «Не тронься, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутерброд вставить!

А благодаря за эту заботу. А еще за то, что мама всегда стремилась расширить мой мир самыми яркими красками. Мне было восемь, когда мы поехали на Всемирный чемпионат исполнителей искусств в Голливуде. Это был потрясающий праздник, где собирались участники 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 платят красивое шоу, и песни 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 терли, потому что он, как и я, засматривался на чужие номера. Я помогла промажу не-

EXCLUSIVE PREMIUM QUALITY  
**BASILUR**  
TEA  
**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 их получения на сайте [www.basilur.ru/lottery](http://www.basilur.ru/lottery). Срок проведения акции с 15.12.2014 г. по 15.02.2015 г.



1/3  
(горизонтальная)

# ГРАФИК ВЫХОДА

## ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2019.

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

| №  | месяц    | <i>Последний день<br/>заявки и подачи<br/>материалов на спец-<br/>проекты,<br/>и advertorial *</i> | <i>Последний день<br/>заявки, оплаты и<br/>подачи готового<br/>макета, или отказа<br/>от рекламы</i> | Тираж в Москве |
|----|----------|--|--|----------------|
| 1  | Январь   | 14.11.18   | 05.12.19   | 10.01.19       |
| 2  | Февраль  | 05.12.18   | 25.12.18   | 04.02.19       |
| 3  | Март     | 09.01.19   | 29.01.19   | 04.03.19       |
| 4  | Апрель   | 13.02.19   | 28.02.19   | 01.04.19       |
| 5  | Май      | 12.03.19   | 02.04.19   | 06.05.19       |
| 6  | Июнь     | 04.04.19   | 25.04.19   | 03.06.19       |
| 7  | Июль     | 13.05.19   | 03.06.19   | 08.07.19       |
| 8  | Август   | 10.06.19   | 02.07.19   | 05.08.19       |
| 9  | Сентябрь | 16.07.19   | 06.08.19   | 02.09.19       |
| 10 | Октябрь  | 13.08.19   | 03.09.19   | 07.10.19       |
| 11 | Ноябрь   | 17.09.19   | 08.10.19   | 04.11.19       |
| 12 | Декабрь  | 17.10.19   | 05.11.19   | 09.12.19       |

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

# IPAD-ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

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

Установок приложения – более 130 000.

Количество скачиваний одного номера в месяц – 7 000 – 9 000

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

| 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         |                           |