



КАРАВАН
истории
.....
JANUARY 2019

ABOUT MAGAZINE

The magazine «**Karavan istoriy**» – is an illustrated colour publication.

«**Karavan istoriy**» – presents the most gripping histories, covering well-known people, historical events and traditions.

«**Karavan istoriy**» – is outstanding in its design and print format; the abundance of unique and original photographs and material that lead to the perception of the magazine as being a highly artistic publication.

First published March 1998. Circulation 200 000 copies.
Full colour 196 pages. Printed in Finland.
Distribution: retail only.



REGULAR COLUMNS

Love Story

The Art of Living

Mood

Star Track

Names

Dynasty

Fact

Feature

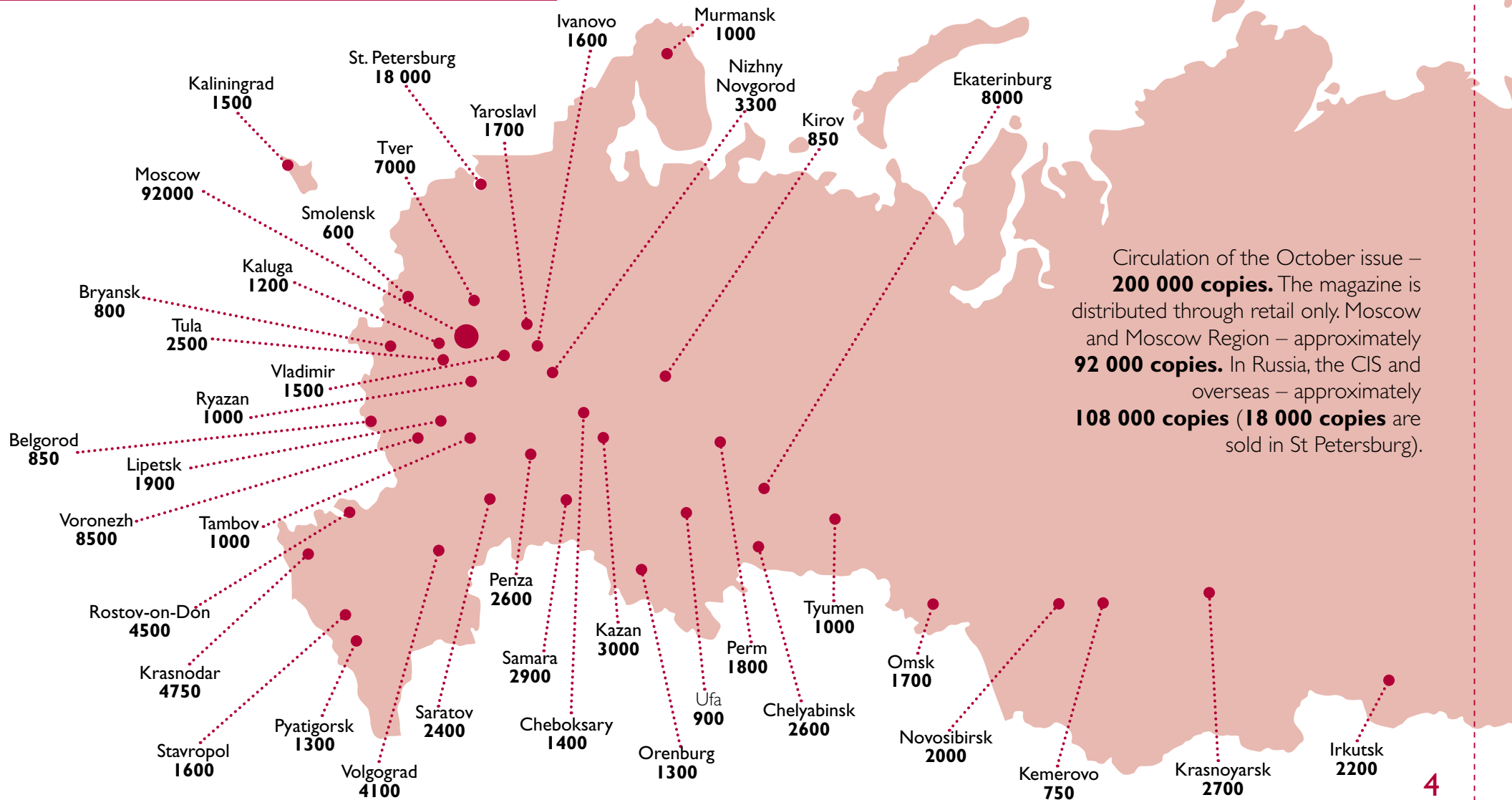
Life style

Beauty

Horoscope



DISTRIBUTION



Circulation of the October issue – **200 000 copies**. The magazine is distributed through retail only. Moscow and Moscow Region – approximately **92 000 copies**. In Russia, the CIS and overseas – approximately **108 000 copies** (**18 000 copies** are sold in St Petersburg).

READERSHIP

AVERAGE ISSUE READERSHIP IN MOSCOW

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

Karavan istoriy	5,9%	616 200
Cosmopolitan	5%	519 100
Collection Karavan istoriy	3,9%	410 300
Glamour	2,5%	257 600
Domaschniy ochag	2,4%	253 800
Vogue	2,3%	240 300
Elle	1,7%	182 900

AVERAGE

AVERAGE ISSUE READERSHIP IN RUSSIA

Average issue readership in Russia is presented based on the data from «Mediascope Russia» (NRS-Russia, May – October 2018) as a percentage of the adult population (60 942 100 people) and as total figures:

Cosmopolitan	4,9%	3 010 100
Karavan istoriy	3,8%	2 322 300
Collection Karavan istoriy	1,8%	1 094 600
Domaschniy ochag	1,9%	1 142 000
Glamour	1,9%	1 137 300
Vogue	1,3%	801 200
Elle	0,9%	577 600

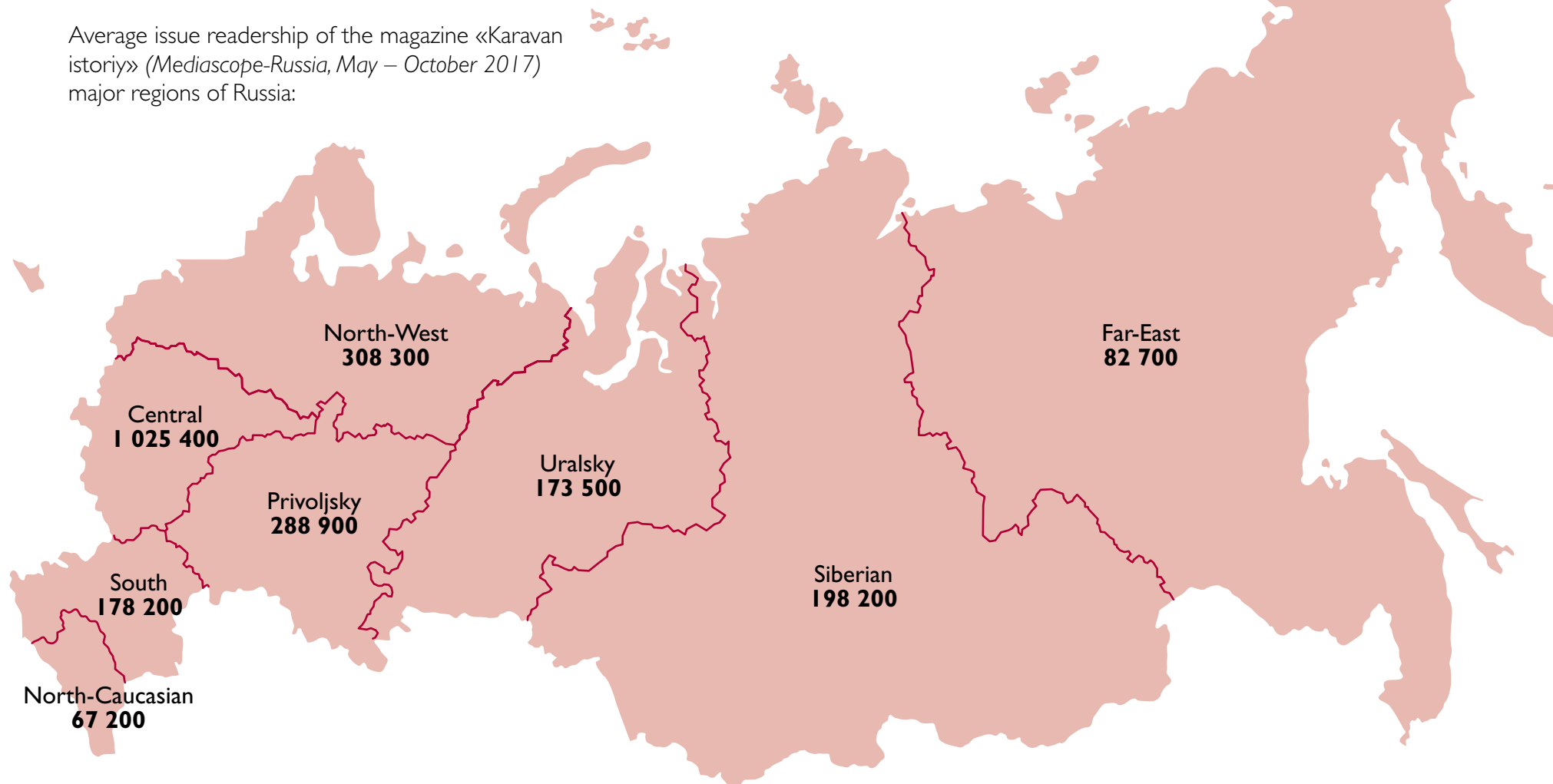
TOTAL AUDIENCE MAGAZINES KARAVAN ISTORIY AND COLLECTION KARAVAN ISTORIY

(percentage and in total figures)

in Moscow	8,4%	875 200
in Russian	4,9%	3 005 600
in Saint Petersburg	6,1%	275 900

READERSHIP

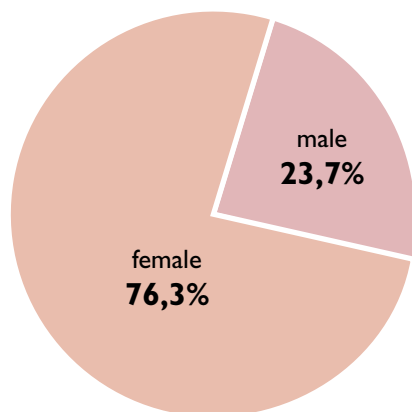
Average issue readership of the magazine «Karavan istoriy» (Mediascope-Russia, May – October 2017)
major regions of Russia:



READERSHIP

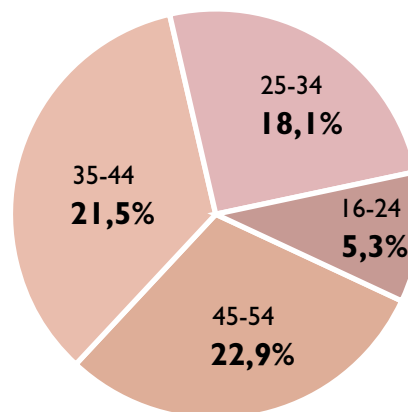
SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE READERSHIP

1. Sex



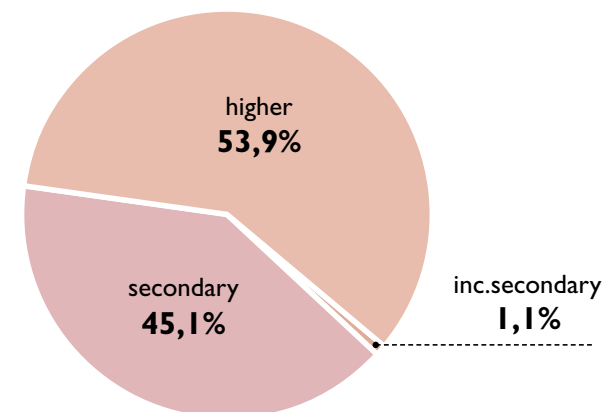
Although the majority of readers of the magazine «Karavan istoriy» are women, 22,2% of its readers are men. That is to say the magazine is more unisex compared with traditional women's publications.

2. Age



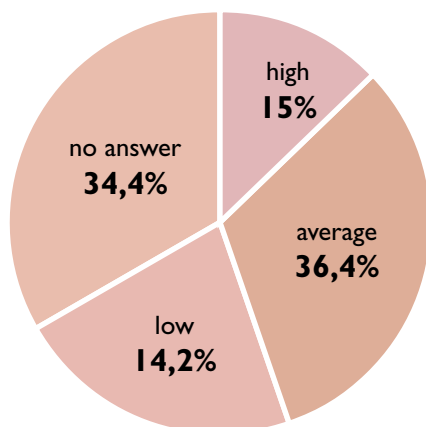
The magazine «Karavan istoriy» is of equal interest to all readership age groups, moreover, it contains more consumer-active group – from 25 to 54 years old, whereas a large proportion of the readership of traditional women's magazines are young readers aged between 16 and 24 years old.

3. Education



READERSHIP

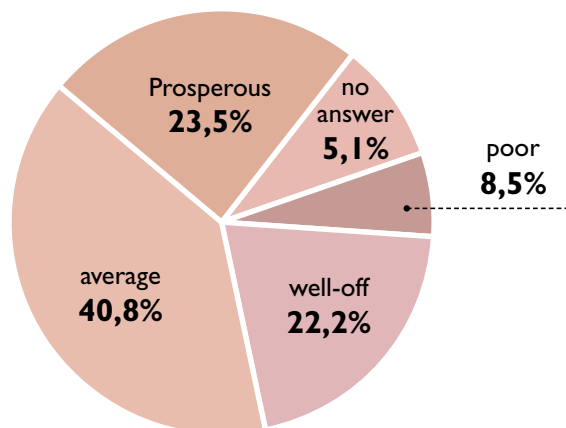
4. Income



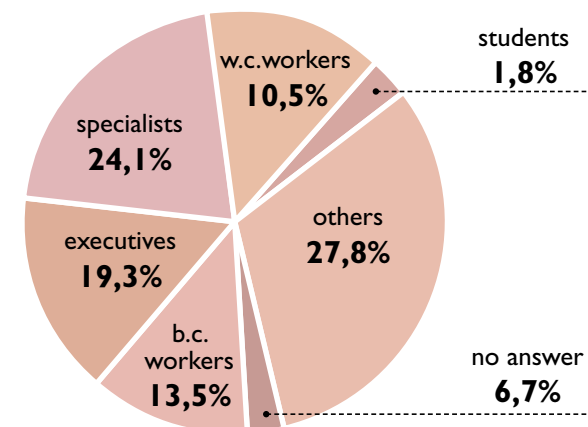
It is necessary to note that during the course of the study respondents do not willingly answer questions about their income – more than 26.7% refused to answer. Since under examination there is a tendency to lower the actual level of income, it is possible to assume that the members of the lower and average income groups in fact belong to the average and higher groups.

5. Financial status

Financial status was determined using data about the percentage of income spent on food stuffs. «Prosperous» people spend less than 25% of the family budget on food stuffs, «well-off» people spend between 25% and 50%, «average» people spend between 50% and 75% and «poor» people spend more than 75%. We present the results of the survey among the readership of the magazine «Karavan istoriy»:



6. Social status



PRICES

ADVERTISING RATES OF THE MAGAZINE «KARAVAN ISTORIY»

Size	Cost, RUB
1/1 page	680 000
1/2 page	470 000
1/3 page	320 000
Double page	1 180 000
First double page	1 650 000
Second double page	1 450 000
Third double page	1 350 000
Fourth double page	840 000
Right Hand Page face to Editor's letter	800 000
1-st Right Hand Page face to Content	780 000
2-nd Right Hand Page face to Content	800 000
3-rd Right Hand Page face to Content	975 000
Right Hand Page face to Contributors	820 000
II cover	1 260 500
III cover	
IV cover	

Rates do not include VAT.

ADVERTISING RATES IN CATEGORY «CLASSIFIED»

Size	Cost, RUB
1/4 page	105 000
1/8 page	65 000
1/16 page	37 000

Rates do not include VAT.

Advertising agencies are granted with 15% discount.

PACKAGE DEPLOYMENT

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

Size		Cost, RUB
<i>Karavan istoriy</i>	<i>Collection Karavan istoriy</i>	
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

Rates do not include VAT.

ADVERTISING

EXAMPLES OF NON-STANDARD ADVERTISING:

junior-spread

2 ads on the double page

ad with an extension

SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

INSERTION OF PRINTED PRODUCTS



Card



Advertising catalogue



Leaflet, coupon, CD/DVD

Circulation of insertion: from 50 000

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 double page



Sample on the page



Discount card, greeting card, coupon

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

Circulation of gluing: from 50 000

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

TERMS OF WORK WITH SPECIAL PROJECTS

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

Project proposal – not later than 38 days before.

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 Finland on request.



DOLCE & GABBANA

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 «KARAVAN ISTORIY»

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

Size	Price, rubles
1/1	50 000
1/2	35 000
1/3	25 000
2/1	80 000

Making layout (with prepared text).

Size	Price, rubles
1/1	20 000
1/2	15 000
1/4	12 000

Prices do not include 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 «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 should 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

Prices do not include 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 «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

ПРОДЛЕНИЕ МОЛОДОСТИ — ЛОЖНАЯ НАДЕЖДА ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Я была уверена, что антивозрастные средства не могут вернуть моей коже молодость. И что единственный эффективный уход за кожей — это интенсивное увлажнение. Но нашлось средство, которое показало, как я ошибалась.



Татьяна, 41 год, менеджер

Я выгляжу моложе своих лет, но признаю старение дает о себе знать. Кожа уже не такой эластичная, часто появляются опухшие участки кожи, ну и, конечно, морщины, которые преследуют меня улыбкой, когда улыбаюсь. В общем, с каждым годом обилие морщин становится все более заметным.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне давали лишь окладистый косметический эффект не надолго. Ни одного чудеса в бутылках я так не увидела на своем лице. И я подумала, что зря уже чудю от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которые поспеют повернуть время вспять. В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, однажды встретив в интернет-магазине заставку меня поменял свою точку зрения. Одна из них пришла заметка о косметике и о ее свойствах. Немного особенно, всего лишь новый крем... объяснила она нам. Мы сначала даже не поверили — чтобы от крема такой эффект? Оказалось, это крем Revitalift Laser X3 от L'Oréal Paris, который дает эффект, сопоставимый с лазерной процедурой, уже после двух недель использования.

Этот крем, а также помолодевший вид подарила мне докторовна. К моему удивлению оказалось, что крем действительно работает. И буквально порозовела кожа, насколько обожженной и потупленной выглядела моя кожа, насколько более увлажненной и молодой стала кожа. Определенно современные антивозрастные средства гаммы Revitalift Laser X3 делают свое дело!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила насмешливо, но в то же время легко текстуру. Это как раз то, что хотела моя кожа, на которой ощущался след рабочих стрессов и ежедневных переживаний. Еще из первых впечатлений очень приятно наносить крем для нас с помощью специального аппликатора — после нанесения крем долго ощущается прохладой. Я стала повторять эту процедуру в течение дня и в офисе — и с удовольствием заметила, что морщины под глазами полностью пропали! Возвращившись вечером результаты, приобрела еще и ночной крем-маску Revitalift Laser X3 — и уже на следующее утро я увидела обаятельную кожу, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый вид.

Возвущившаяся, я начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но самым полностью полюбилась мне.



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

L'Oréal
(3043 characters, 8,5 pt)

К высотам кулинарии — с шедеврами техники



Несколько лет назад я решила попробовать себя в роли повара. Взяла себе за правило готовить только из качественных продуктов. В итоге у меня получилось несколько рецептов, которые я решила опубликовать на своем блоге. Это были рецепты простых блюд, которые можно приготовить даже в домашних условиях. Но когда я решила опубликовать свой первый рецепт, то заметила, что многие мои читатели не смогли приготовить блюдо по моему рецепту. Это было очень неприятно, ведь я хотела поделиться с вами своими рецептами, а вы не смогли их приготовить. Я решила обратиться к вам за помощью и узнать, что именно пошло не так. Вы ответили, что у вас не было нужной техники. Это было очень интересно, ведь я никогда не думала, что техника может быть такой важной. Я решила обратиться к вам за помощью и узнать, что именно пошло не так. Вы ответили, что у вас не было нужной техники. Это было очень интересно, ведь я никогда не думала, что техника может быть такой важной.

Удивительный случай произошел с моим другом, который решил попробовать себя в роли повара. Он взял себе за правило готовить только из качественных продуктов. В итоге у него получилось несколько рецептов, которые он решил опубликовать на своем блоге. Это были рецепты простых блюд, которые можно приготовить даже в домашних условиях. Но когда он решил опубликовать свой первый рецепт, то заметил, что многие его читатели не смогли приготовить блюдо по его рецепту. Это было очень неприятно, ведь он хотел поделиться с вами своими рецептами, а вы не смогли их приготовить. Он решил обратиться к вам за помощью и узнать, что именно пошло не так. Вы ответили, что у вас не было нужной техники. Это было очень интересно, ведь он никогда не думал, что техника может быть такой важной.

Техника — это то, что делает повара профессионалом. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Средства Philips делают эту задачу легкой даже для очень занятых и забывчивых хозяек. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Средства Philips делают эту задачу легкой даже для очень занятых и забывчивых хозяек. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Средства Philips делают эту задачу легкой даже для очень занятых и забывчивых хозяек. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Бюджетное кафе с ланчем и супом на своей машине

Ваше кафе — это не просто место, где можно поесть, это место, где можно почувствовать себя хозяином. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.



Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

Philips — это качество и надежность. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику. Именно поэтому так важно выбирать качественную технику.

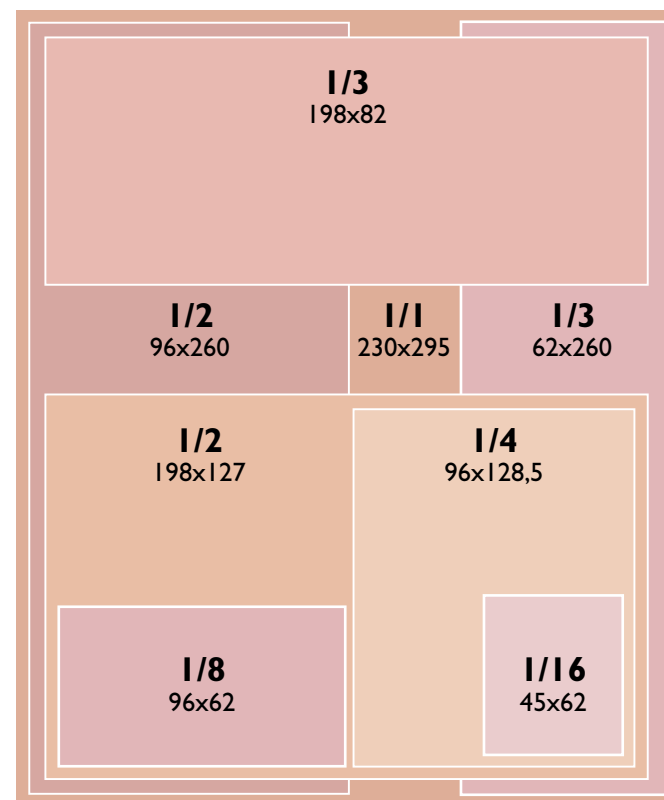
Philips
(4357 characters, 8,5 pt)

SIZES

SIZES OF THE ORIGINAL LAYOUTS

1/1	230 x 295 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 horizontal	230 x 142 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 horizontal	198 x 127 mm
1/2 vertical	112 x 295 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 vertical	96 x 260 mm
1/3 horizontal	230 x 97 mm (+5 mm for the trimming)
1/3 horizontal	198 x 82 mm
1/3 vertical	78 x 295 mm (+5 mm for the trimming)
1/3 vertical	62 x 260 mm
1/4 vertical	96 x 128,5 mm
1/8 horizontal	96 x 62 mm
1/16 vertical	45 x 62 mm

BASIC ADVERTISING OPTIONS



ISSUE DATES

ISSUE DATES, BOOKING AND MATERIAL DEADLINES FOR «KARAVAN ISTORIY» MAGAZINE FOR 2019.

The ipad version of the magazine «Karavan Istoriy» goes simultaneously with the paper version.

<i>№</i>	<i>Issue</i>	<i>Deadline for Advertorial *</i>	<i>Deadline for providing original layouts or cancellation</i>	<i>The issue date</i>
01	January	29.10.18	19.11.18	17.12.18
02	February	03.12.18	14.12.18	21.01.19
03	March	22.12.18	23.01.19	18.02.19
04	April	30.01.19	20.02.19	18.03.19
05	May	06.03.19	27.03.19	22.04.19
06	June	01.04.19	19.04.19	20.05.19
07	July	29.04.19	27.05.19	24.06.19
08	August	03.06.19	24.06.19	22.07.19
09	September	01.07.19	22.07.19	19.08.19
10	October	05.08.19	26.08.19	23.09.19
11	November	02.09.19	23.09.19	21.10.19
12	December	07.10.19	28.10.19	25.11.19
01/'17	January	05.11.19	25.11.19	23.12.19

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

IPAD-VERSION OF MAGAZINE

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

Installation of apps – more than 190 000.

Number of downloading of one magazine – 10 000 – 12 000

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

Term of placement – 1 month

Name	Description	Price, rubles.		
		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	