

коллекция



коллекция КАРАВАН историй

И Ю Н Ь 2 0 2 0

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 500 000 экз.



ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

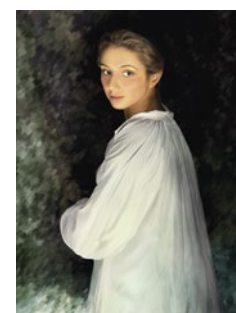
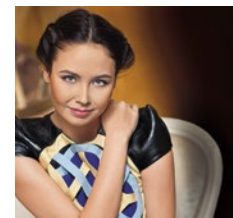
Проза звезд

Имена

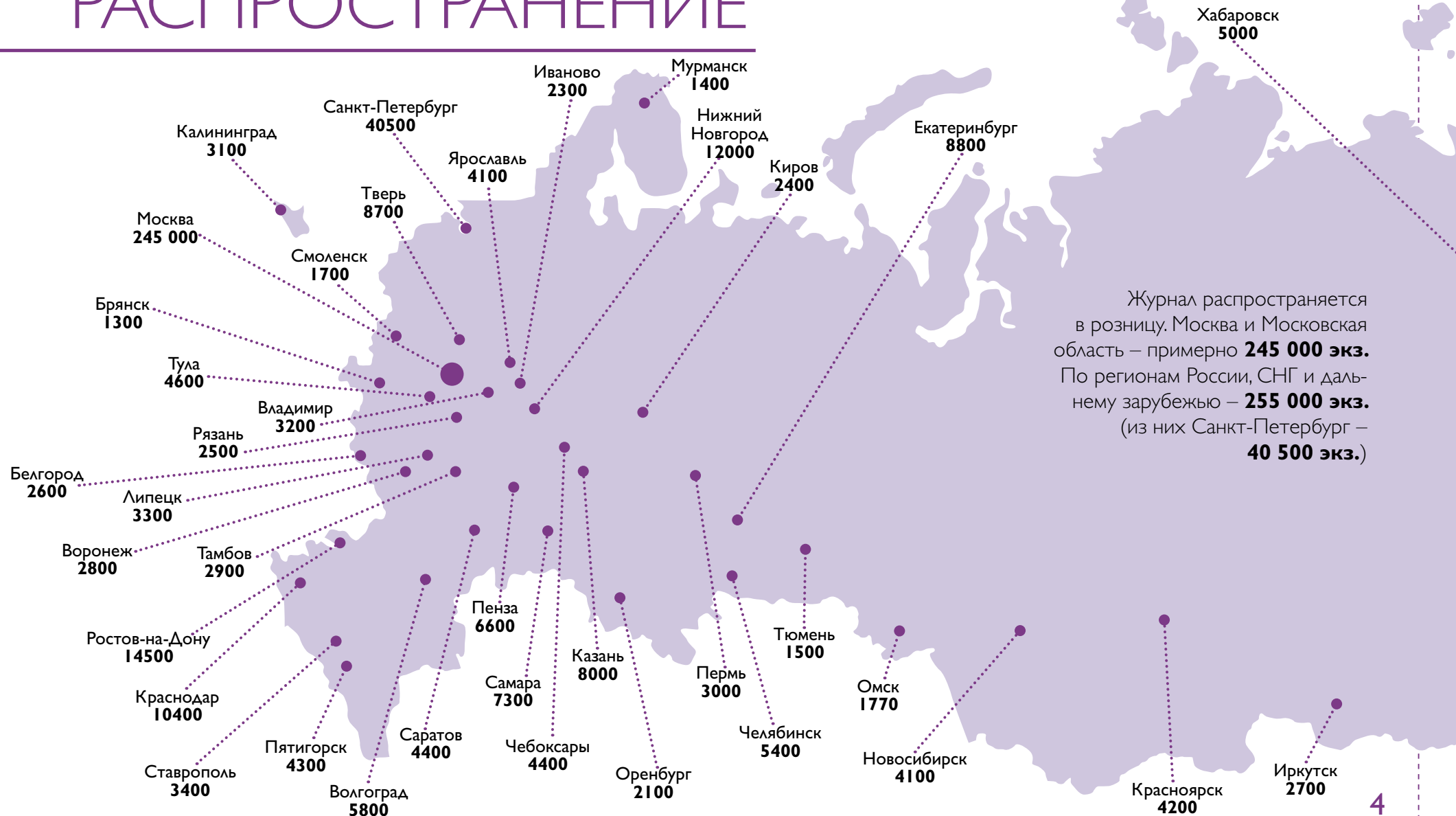
Выбор Коллекции Стиль

Выбор Коллекции Дом

Выбор Коллекции Здоровье



РАСПРОСТРАНЕНИЕ



АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА В МОСКВЕ

Представляем данные по аудитории одного номера и полу-годовой аудитории наиболее популярных женских и семейных ежемесячных журналов в процентах от взрослого населения Москвы (10 542 600 чел.) и в абсолютных цифрах:

Караван историй	4,2%	443 700
Cosmopolitan	4%	421 900
Glamour	2,4%	255 400
Коллекция Караван историй	2,1%	223 500
Домашний очаг	1,7%	183 300
Burda	1,6%	170 800
Elle	1,5%	155 800

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «Mediascope Россия» (NRS-Россия, декабрь — апрель 2020 (NRS 2020/2)) в процентах от взрослого населения (61 272 300 чел.) и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	3,7%	2 236 500
Караван историй	2,8%	1 713 300
Коллекция Караван историй	1,1%	694 900

СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по России	3,5%	2 155 000
по Москве	5,6%	590 500
по Санкт-Петербургу	3,6%	162 900

АУДИТОРИЯ

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

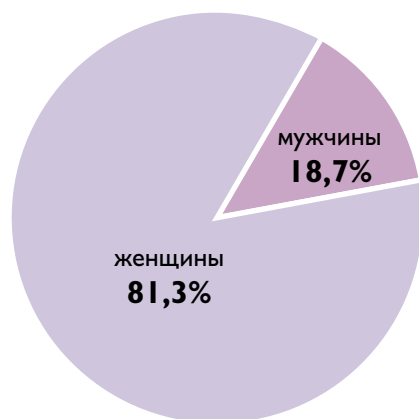


Данные исследования «Mediascop Россия» National Readership Survey, (16+), декабрь — апрель 2020 (NRS 2020/2)

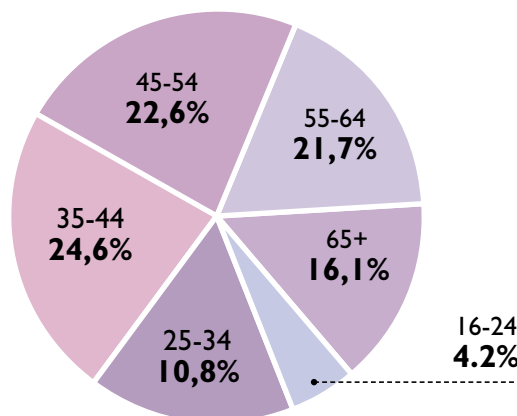
АУДИТОРИЯ

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

1. Пол

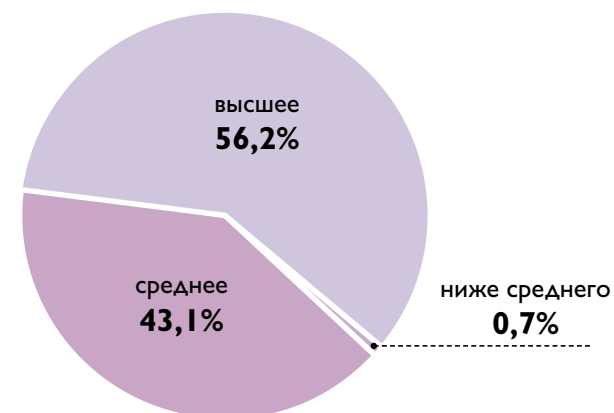


2. Возраст



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

3. Образование



АУДИТОРИЯ

4. Доход



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

1. 54% 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 18.5%, поскольку опрошиваемые умышленно занижают данные.

РАСЦЕНКИ

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2020

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» 2020

Караван Историй	Размер Караван Историй	Стоимость, рубли
1/1	1/1	840 000
1/2	1/1	650 000
1/3	1/1	540 000
1/1	1/2	780 000
1/2	1/2	580 000
1/3	1/2	430 000
1/3	1/3	410 000
2/1	2/1	1 420 000
1/1	2/1	1 000 000
2/1	1/1	1 240 000

Расценки не включают НДС.

РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



открытка



рекламный каталог



листовка, купон, CD/DVD диск

Тираж: от 30 000

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 30 000

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 35 дней до даты выхода. Образцы на тестирование в количестве 50 шт. доставляются на адрес Издательства.

Срок поставки готовой рекламной продукции – за 5 дней до даты выхода издания



ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

Advertorial – текстовые рекламные макеты, изготовленные силами Издательства, в том числе, в стиле издания.

Для написания текста рекламодатель дает основную идею и исходные фактические материалы. Для верстки оригинал – макета высказываются максимально подробные пожелания и предоставляются фотографии.

РАСЦЕНКИ НА ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПРОЕКТОВ ADVERTORIAL В «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ»

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

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

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	Стоимость, рубли
I/1	15 000
I/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
I/1	60 000
I/2	45 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	Стоимость, рубли
I/1	25 000
I/2	20 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ:

- для написания текста и верстки сроки указаны в графике выхода журнала «Караван историй».
- готовый текст и иллюстрации предоставляются за 10 дней до даты предоставления готовых оригинал-макетов в соответствующий номер журнала согласно графику выхода «Каравана историй».

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ (СТОИМОСТЬ ПО ДОГОВОРЕННОСТИ):

- при съемке фотокорреспондентом Издательства
- при написании интервью
- при покупке специальных фотографий в фотобанках

ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL:



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

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 такие факторы, как правило, сухая кожа более подвержена преждевременному старению. К внешним — неправильное питание, недостаток витаминов, ультрафиолетовое излучение, курение и любовь к пребыванию на солнце без защитных средств.

Соблюдая простые профилактические правила, мы помогаем коже сохранить молодость надолго. Во-первых, страйтесь не увлекаться водопроводной водой, а использовать минеральную или фильтрованную. Во-вторых, на солнце и на морозе всегда пользуйтесь кремами с УФ-фильтрами и откажитесь от солярия. В-третьих, следите за здоровьем, употребляйте продукты, богатые витаминами и минералами. В-четвертых, используйте увлажняющие кремы.

В новой линии Pure & Natural от NIVEA крем против морщин на 95 % состоит из натуральных компонентов, в том числе и из двух биоингредиентов. Приставка BIO означает, что для их получения были использованы растения, выращенные в экологически чистых районах планеты. Благодаря экстракту плодов айувапты и биоорганическому маслу джунглей и ночной креме против морщин возрастает кожа лица естественное здоровое сияние. BIOкремы увлажняют естественную выработку коллагена, а BIOорганическое масло, содержащее в два раза больше, чем оливковое, витамина E и полиненасыщенные кислоты, обладает прекрасными питательными, увлажняющими и разглаживающими свойствами. И это не пустые слова.

Создание «исследования» после использования антиморщинных кремов Pure & Natural 67 % женщин убедились в том, что крем заметно сокращает морщины, 74 % участниц отметили повышение упругости кожи, а 71 % — оспаривали то, что крем предотвращает появление новых морщин.

Нивея
(2383 знака, 8 п)



Металлик
Металлизированные ткани — блестящее решение для свежего осеннего настроения. Носим с белым и черным.

Сафари
Идеально сшитый тренч, универсальный дизайн и добротные аксессуары — классический подход всегда актуален.

Модный сезон
Может быть, вы уже заметили, что в этом сезоне модно носить пальто. Любая вариация этого принта поможет создать выразительный образ.

Горы + полоска
Полоска — это не просто слова. Это стиль, это уверенность. Любая вариация этого принта поможет создать выразительный образ.

Классика + Ментол
Трендовый жакет или пальто — классика, не выходящая из моды. Ну а чтобы сделать образ по-настоящему свежим, сочетайте их с вещами модного сезона. Ментоловый оттенок.

Снежная королева
(1170 знаков, 8 п)

ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL:

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ
НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

РЕД ПРИМЕНЕНИИ
ПО СПЕЦИАЛИСТОМ

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОЗ

С С ИНСТРУКЦИ

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 оставляю тут свою жену. Поговори-те с ней четверть часа, толь-ко, умоляю, нигде не отпу-кайте!

Вскоре опять влетает в ма-газин.
— Все в порядке! Берем!
За это время Саша успел съездить в парфюмерный ма-газин, где из-под прилавка ему продали французские ду-хи, с заветным флаконом до-мчался до состоятельных дру-зей, преподнес презент, взял в долг денюжку — и вернулся в ювелирный.

Почти двадцать лет я про-жил в счастливом браке с Ни-ной. Без восторженных «А-а-а-а»

и «О-о-о!» не проходило и дня. Премьера спектакля «Шинке», где у меня — омерзительная роль. Перед началом Саша преподносит французские ду-хи: «Чтобы лучше игралось». В антракте — еще один: «Сла-собо за первый акт!» После поклонов, за кулисами — тре-тыя: «Ты так гениально игра-ла!» Из каждой поездки подари-ли — чемоданами, цветы — охапками... Принести один цветочек или скромный буке-тет — не на Сашиного ре-пертура.

Мы уже расстались с Ко-лей, но еще не разменяли квартиру, когда однажды ве-чером раздался звонок в дверь. Открываю, а на по-лодке стоит огромный куст

цветущего шиповника. На-крыли его с дочкой пододе-зальниками, чтобы не козле-ли, втащили в ванную. И тут же звонит нина Катя, жившая на первом этаже: «Люся, пред-ставляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знаю, кто эта «сволочь», и боюсь на-влечь на себя нынчики гнев, кое-как распилила куст и под покровом ночи перетаскала частицы на помойку подаль-ше от дома.

Другой эпизод произошел, когда мы уже переехали в район ВДНХ — в большую квартиру, где живу по сей день. Саша должен был вер-нуться из заграничной командировки. Отыскал, а на по-лодке стоит огромный куст

6
glenmark
12
МИНУТ

ГЛЕНЦЕТ
АЛЛЕРГИИ ОСТАЛИСЬ
СЧИТАЕМЫЕ МИНУТЫ



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

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

инструкция по применению оригинального препарата Glenmark, регистрационный номер: ЛСН-007023/05, ВЕТЕРАНА

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

1/2
(горизонтальная)

ПРОЗА ЗВЕЗД

за ним произносит трижды: «Никита!» Так писать сценарий немалая наука. Идущий так и так... — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рулит тот, кто деньги на фильм напел. Знаю Никиту, могу себе пред-ставить, как у него шерсть ды-бом встала от таких указа-ний. Он терпел-терпел, но в конце концов рубанул: «Ка-ты со мной разговариваете? Поняла вои!»

И выросла ее из своей жизни, мгновенно забыв, что именно Алла нашла деньги на съемки трех его картин, в том числе и на «Урку», кино-комедия с полезными люде-ми и вывела карьеру Миха-эля на новый международ-ный уровень. Но эти мысли пришли гораздо позже, когда я 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, скажу без ложной скромности, не без моего участия. Например, в период беднейшей создания им «Студия ТРИТЭ» Никиты Михалкова» выпустила юпити «Российский архив», где были материалы, прежде хранив-шиеся в секретных запасах КГБ, к которым Михалков в детстве нашел лазейку. Если пере-кинуть надо про-дать, заработать на них. Но как Огюстен пару дарюков — не хочет народ покупать! На-до выходить на правитель-ство.

И могла сказать, например: «Никита! Так писать сценарий немалая наука. Идущий так и так...» — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рулит тот, кто деньги на фильм напел. Знаю Никиту, могу себе пред-ставить, как у него шерсть ды-бом встала от таких указа-ний. Он терпел-терпел, но в конце концов рубанул: «Ка-ты со мной разговариваете? Поняла вои!»

И выросла ее из своей жизни, мгновенно забыв, что именно Алла нашла деньги на съемки трех его картин, в том числе и на «Урку», кино-комедия с полезными люде-ми и вывела карьеру Миха-эля на новый международ-ный уровень. Но эти мысли пришли гораздо позже, когда я 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, скажу без ложной скромности, не без моего участия. Например, в период беднейшей создания им «Студия ТРИТЭ» Никиты Михалкова» выпустила юпити «Российский архив», где были материалы, прежде хранив-шиеся в секретных запасах КГБ, к которым Михалков в детстве нашел лазейку. Если пере-кинуть надо про-дать, заработать на них. Но как Огюстен пару дарюков — не хочет народ покупать! На-до выходить на правитель-ство.

Fa
NOVINKA:
ПАРФЮМЕРНАЯ
РЕВОЛЮЦИЯ*

Многократное раскрытие аромата и надежная део-защита
Fa Floral Protect





1/3
(вертикальная)

ПРОЗА ЗВЕЗД

пост, любит литературу, музы-ку, театр. — она понимала, что искусство раскрывает и рас-крепощает ребенка. Но мама и не подозревала, чем все в итоге обернется!

Ей пришлось бросить ре-петиторство, когда у меня на-чались активные съемки и ре-петиции в театре. Я же была маленькой — как без мамы? Она очень переживала, осо-бенно из-за бытовой неустой-чивости за кулисами и на площадке. Мама для меня и по сей день — директор, ме-неджер и ассистент в одном лице. Ее иногда не любят про-дюсеры, 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 ти-хо, но когда поняла, что никто кроме нее обо мне на съемках не позаботится, стала защи-щать от всех неудобств. Если продюсеры просят порабо-тать без обеда, она сразу на-чинает нервничать: «Какое ки-но? Мне Лизкин обед важнее нашего кино! Визаче ребенок поест, а потом все останется!»

Иногда приходится ее оста-навливать. Боюсь, что меня выгонят с проекта, если не буду поговорившей! Но у ма-мы своя правда — никакое кино не стоит здоровья ре-бенка. Я понимаю, почему многие так не любят роди-телей на съемках. От их при-сутствия падает производи-тельность труда.

Слышу команду: «Ахтеры, на площадку!» А мама: «Не то-ропясь, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр буте-рброд внести!

А еще за то, что мама всегда стремилась раскрывать мой мир самыми яркими краска-ми. Мне было восемь, когда мы поехали на Всемирный чемпионат исполнителей на-родных инструментов в Голландию. Это был потрясающий празд-ник, где собралась элита из пятидесяти стран мира.

Они пели, танцевали, показывали цирковые номера. Все вокруг говорило о самых разных языках! Полный восторг! Собственное выступле-ние как-то ушло на второй план, хотя и платиле красивое спасибо, и песню пела веселую. Мне даже при дали. Я высту-пила в категории «Оригиналь-ный вокал» в самой младшей возрастной группе. И навер-ное, мой вокал действительно был очень оригинальным, по-тому что с учителем я в то время еще не занималась, но с большим удовольствием ора-ла в микрофон и сказала по-своему.

Интереснее всего было бе-гать по разным залам и смот-реть другие выступления. Я хо-рошо помню вокальную груп-пу самарских из Мексики в огромных сомбреро и ко-выляющих петухах. Старшему — четырнадцать, а младшему — пять, и его постоянно тер-лили, потому что он, как и я, засматривался на чужие но-мера. Я помогала прошагу не-





БАСИЛУР
ТЕА

СОГРЕЙ СВОЕ СЕРДЦЕ ЧАЕМ!

*Источники информации об организации Басилур: «Создание Шиповника» в рамках ее продвижения, количество продаж по результатам ее продвижения, оценки, место и порядок их размещения на сайте www.basilur.ru/shipovnik
Срок продвижения акции с 15.12.2017 г. по 15.12.2018 г.

1/3
(горизонтальная)

ГРАФИК ВЫХОДА

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

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

№	месяц	Последний день заявки и подачи материалов на спец- проекты, и advertorial *	Последний день заявки, оплаты и подачи готового макета, или отказа от рекламы	Тираж в Москве
1	Январь	12.11.19	03.12.19	06.01.20
2	Февраль	11.12.19	25.12.19	10.02.20
3	Март	20.01.20	07.02.20	09.03.20
4	Апрель	17.02.20	06.03.20	06.04.20
5	Май	23.03.20	13.04.20	11.05.20
6	Июнь	20.04.20	08.05.20	08.06.20
7	Июль	25.05.20	15.06.20	13.07.20
8	Август	22.06.20	13.07.20	10.08.20
9	Сентябрь	20.07.20	10.08.20	07.09.20
10	Октябрь	24.08.20	14.09.20	12.10.20
11	Ноябрь	21.09.20	12.10.20	09.11.20
12	Декабрь	19.10.20	09.11.20	07.12.20

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

IPAD-ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

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

Установок приложения – более 130 000.

Количество скачиваний одного номера в месяц – 6 300 – 8 000

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

Версии журнала «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ»		Стоимость, руб., без НДС		
Название	Описание	Без позиционирования	На 2й полосе	Внутри главного материала
Стандартные форматы				
Статический макет	Рекламный макет без интерактивных решений			
Статический макет со ссылкой	Гиперссылка на сайт или мобильное приложение рекламодателя	100 000	130 000	160 000
Статический макет с видео	Рекламный макет с возможностью запуска видео (до 30 секунд), загруженного в приложение	150 000	195 000	240 000
Специальные форматы				
Макет с базовой анимацией	Статический рекламный макет с эффектами базовой анимации, слайд-шоу	180 000	230 000	280 000
Брендингованный контент	PR-статья (Редакционный контент , содержащий упоминания о рекламодателе)		200 000	
Индивидуальные форматы	Предоставляется рекламодателем (в согласовании с редакцией) или разрабатывается под РК		call	