

# COLLECTION



коллекция **КАРАВАН**  
историй  
.....  
JUNE 2020

# ABOUT MAGAZINE

«**Collection Karavan Istoriy**» magazine contains exclusive stories about celebrities' lives, courageous confessions in a novel style.

First published March 2006.

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



Size of the magazine 175 x 225 mm. Volume 196-208 pages.  
Circulation 500 000 copies.



# REGULAR COLUMNS

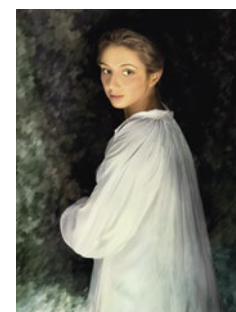
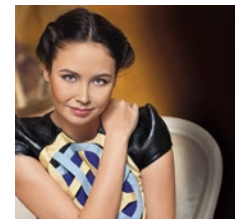
Names

Collection style

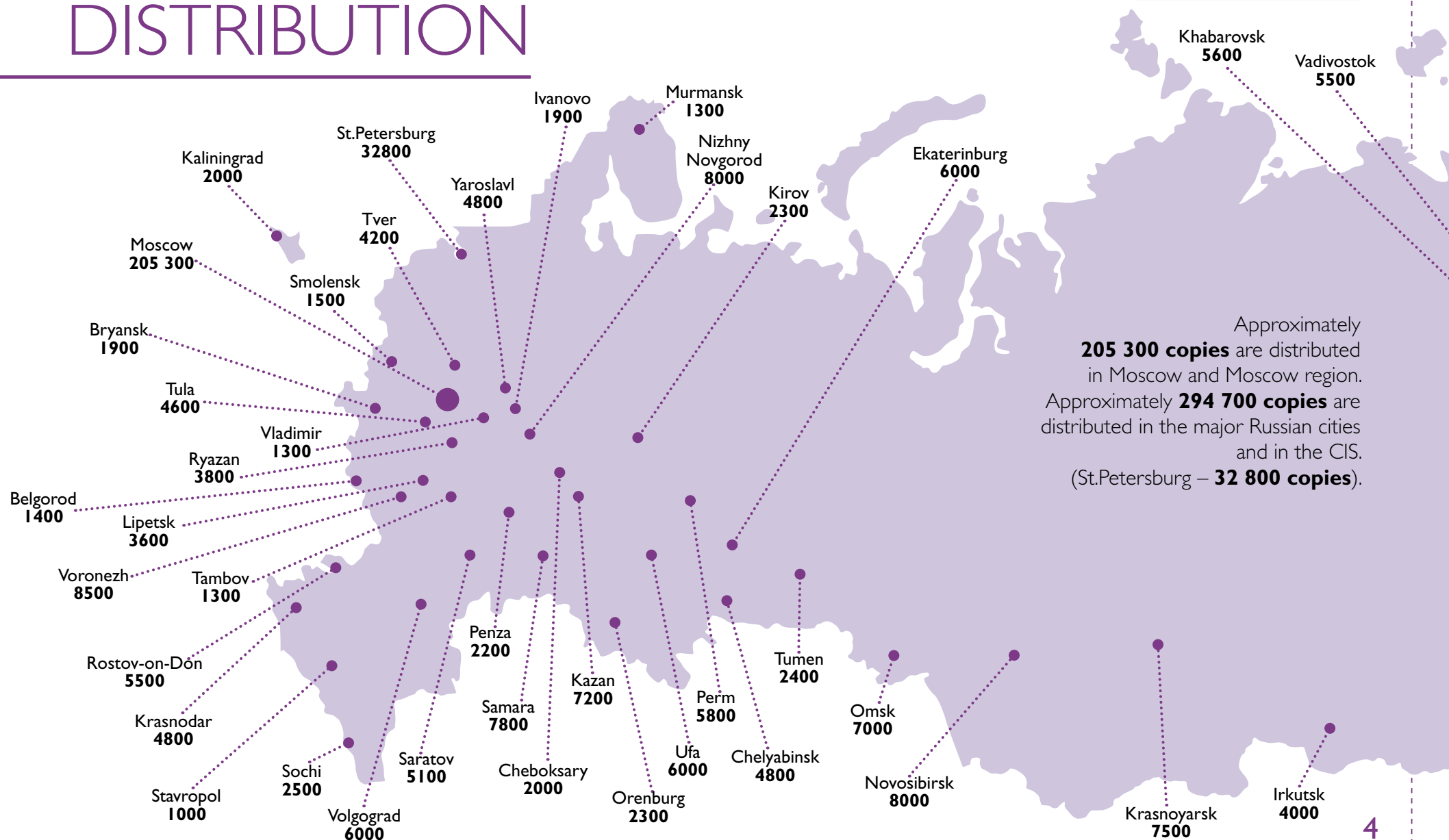
Collection home

Collection health

Prose stars



# DISTRIBUTION



# 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                   | 4,0%        | 419 700        |
| Cosmopolitan                      | 2,9%        | 310 800        |
| <b>Collection Karavan Istoriy</b> | <b>2,0%</b> | <b>215 800</b> |
| Glamour                           | 1,9%        | 199 900        |
| GALA Biography                    | 1,7%        | 174 300        |
|                                   | 1,4%        | 151 200        |
|                                   | 1,0%        | 104 700        |

# READERSHIP

## AVERAGE ISSUE READERSHIP IN RUSSIA

Average issue readership in Russia is presented based on the data from «Mediascope Russia» as a percentage of the adult population (61 272 300 people) and as total figures:

|                                   |             |                |
|-----------------------------------|-------------|----------------|
| Cosmopolitan                      | 3,2%        | 1 955 300      |
| Karavan Istoriy                   | 2,6%        | 1 563 700      |
| <b>Collection Karavan Istoriy</b> | <b>0,9%</b> | <b>536 200</b> |

## TOTAL AUDIENCE MAGAZINES KARAVAN ISTORIY AND COLLECTION KARAVAN ISTORIY

(percentage and in total figures)

|                     |      |           |
|---------------------|------|-----------|
| Moscow              | 3,1% | 1 907 700 |
| Russia              | 5,3% | 555 600   |
| in Saint Petersburg | 3,5% | 160 500   |

# READERSHIP

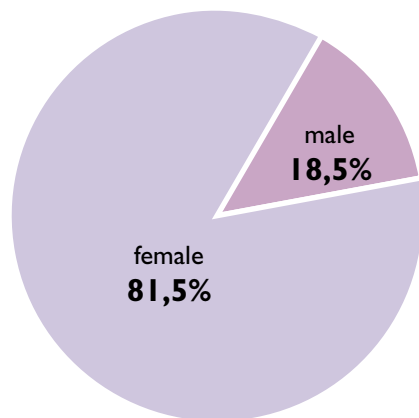
Average issue readership of the magazine «Collection Karavan istoriy» in the major regions of Russia (people).



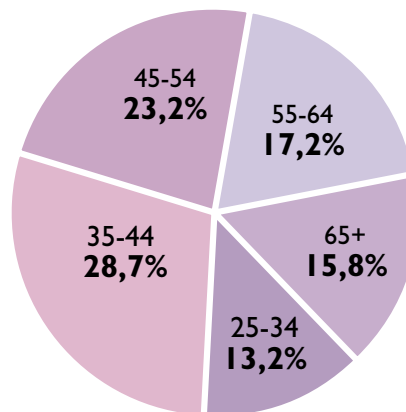
# READERSHIP

## SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE READERSHIP

### 1. Sex

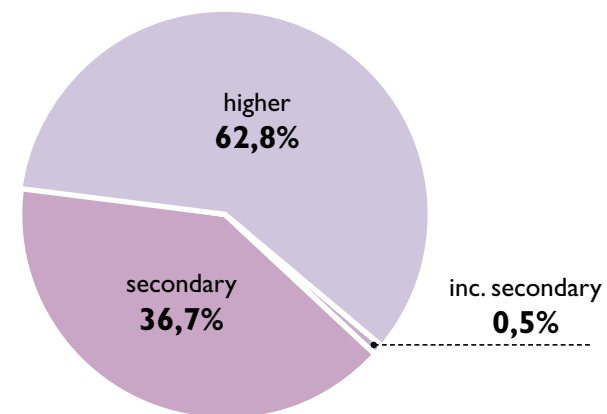


### 2. Age



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

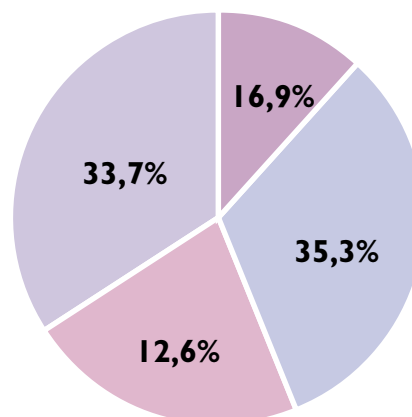
### 3. Education





# 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 52,2% 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 16,9% stated in the category since the respondents deliberately lowered the information they gave.

# PRICE

## ADVERTISING RATES FOR «COLLECTION KARAVAN ISTORIY»

| Size                                    | Price, RUB |
|-----------------------------------------|------------|
| I/1 page                                | 400 000    |
| I/2 page                                | 265 000    |
| I/3 page                                | 190 000    |
| I/6 page                                | 125 000    |
| I/32 page                               | 42 000     |
| Spread                                  | 650 000    |
| First spread                            | 790 000    |
| Second spread                           | 750 000    |
| Third spread                            | 715 000    |
| I/1 beside the publisher's imprint      | 480 000    |
| I/1 beside the Editorial                | 470 000    |
| First I/1 beside the table of contents  | 460 000    |
| Second I/1 beside the table of contents | 450 000    |
| II cover                                | 490 000    |
| III cover                               | 460 000    |
| IV cover                                | 600 000    |

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» 2021

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

The prices are indicated without VAT

# SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

## INSERTION OF PRINTED PRODUCTS



Card



Advertising catalogue



Leaflet, coupon, CD/DVD

**Circulations of insertion:** from of 30 000 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 30 000 copies.

**Possible regions of distribution:** Moscow and Moscow region; Moscow, Moscow region and Sankt-Petersburg; Regions of Russia.

**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 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 |
|------|---------------|
| I/1  | 30 000        |
| I/2  | 25 000        |

Making layout (with prepared text).

| Size | Price, rubles |
|------|---------------|
| I/1  | 15 000        |
| I/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 |
|------|---------------|
| I/1  | 60 000        |
| I/2  | 45 000        |

Making layout (with prepared text).

| Size | Price, rubles |
|------|---------------|
| I/1  | 25 000        |
| I/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)



**КРАСОТА В ГАРМОНИИ С ПРИРОДОЙ**

Морщины — самый явный и неприятный признак увядания кожи. На их появление влияют как внутренние, так и внешние факторы. К первым относятся возраст, гормональные изменения, недостаток сна, курение и любовь к пребыванию на солнце без защитных средств.

Соблюдая простые профилактические правила, мы поможем 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, среднее количество факторов, влияющих на здоровье и красоту, значительно роль играют правильное, сбалансированное питание. Ежедневно человек должен употреблять 90 полезных элементов: 60 минералов, 16 витаминов, 12 аминокислот и 3 незаменимых жирных 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 замедлять негативное воздействие, улучшать работу ее клеток и противодействовать процессу 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 BIO означает, что для их получения были использованы растения, выращенные в экологически чистых уголках планеты. Благодаря экстракту плодов айувербаны и биоорганическому маслу выделенной коллагена, в 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 антиоксидантных кремов Pure&Natural 67 % женщин 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.

РЕКЛАМА

**Nivea**  
(2383 characters, 8 pt)



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

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

**Модный сезон**  
Тренуфальшю нестареет на подиуме. Любая парижанка знает: принтит поможет создать выразительный образ.

**Горox + полоска**  
Тренуфальшю нестареет на подиуме. Любая парижанка знает: принтит поможет создать выразительный образ.

**Классика + Ментол**  
Тренуфальшю нестареет на подиуме. Любая парижанка знает: принтит поможет создать выразительный образ.

Необязательно ехать в Париж, Милан, Лондон или Нью-Йорк, чтобы приобщиться к главным модным трендам, отпущенным на мировых подиумах. Качественное отражение всех актуальных течений можно найти здесь и сейчас — в коллекции «Снежной Королевы».

РЕКЛАМА

**Snezhnaya koroleva**  
(1170 characters, 8 pt)



# ADVERTORIAL PROJECTS

## EXAMPLES OF ADVERTORIAL

### Кальций Сандоз® Форте для красоты и здоровья

**В** погоне за вечной молодостью и красотой представительницы прекрасного пола тратят немалые усилия, которые порой так и не дают желанного результата. Почему? Причина в том, что все старания будут напрасны, если организму не достает нужных витаминов и минералов. Ведь ни для кого не секрет, что нежная красота начинается изнутри. Например, при нехватке кальция, отражение в зеркале вас точно не будет радовать. С угреями, ослабленными, секущимися волосами сложно сделать красивую укладку, а жирный маникюр не скроет помехи сошедших ногтей утолщенными. Да и состояние зубов при недостатке кальция не позволит вам улыбаться по-настоящему.

**Значимость, его величество кальций**  
Кальций можно смело назвать минералом красоты и здоровья, поскольку он от его количества в организме зависит здоровый зуб, волос, и ногтей, то есть главных визитных карточек нежной утонченности и привлекательности. Что касается здоровья, переопределяющее значение кальция неслучайно, ведь он — основа костной, нервной и мышечной тканей, и без него невозможно ни один процесс, регулирующий обмен веществ. Поэтому помимо проблем с ногтями и волосами при недостатке этого важного элемента в организме вас может мучить слабость, бессонница, проблемы с пищеварением, а горло и мышечные боли.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

ная форма, благодаря которой кальций лучше усваивается организмом, проникая напрямую в клетки. Кроме того, при расщеплении таблетки Кальций Сандоз® Форте углекислый газ улетучивается 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 здорового взрослого человека.  
Поддержите свою красоту!

1. Гринина О.А., Тархан Ю.Ю., Голубева И.В. (Гришина Т.Р., Перемухина И.В. Организация сети аптек, предоставляющих консультации и клинические услуги). МНН, фармацевтическая компания. 2012. 28 (40): 11.  
2. Гринина О.А., Волкова А.Ю., Тархан Ю.Ю., Гришина И.В., Перемухина И.В., Голубева И.В. Сравнительный анализ растворимости различных препаратов кальция в зависимости от кислотности среды. Вестн. МГ 7, 2013, с. 18-24.  
3. По данным ГИИ на 15.12.2013. Кальций Сандоз® Форте растворимый препарат с сахарозаменителем кальция 1000 мг в таблетках, зарегистрированный на территории РФ.



Кальций Сандоз® Форте

**Kaltsiy Sandoz Forte**  
(3783 characters, 8 pt)

**ПРОДА ЗВЕЗД**

В Перестройку в страну вернулся Митин отец. Высказал Юра по израильской линии, но охоту в Израиле. За полгода научил как и быстро встал на ноги, даже открыл собственную клинику. Я всегда старалась поддерживать в семье память об отце. Но времена стояли совести, общение с иностранцами, а тем более эмигрантами, могло говорить, не приветствовалось. Сама я за годы Юриной эмиграции видела его лишь раз. И встретила эти один в один напавшие на нас знакомые лица. Юра в конце концов мы с бывшим мужем даже сели за один столик, но продолжали делать вид, что незнакомы. Хотя он учился на занятиях с ГИР. В конце концов мы с Юрой встретились еще раз — уже без чужих глаз. Он пришел в магазин, хотел купить мне полунобок. Я перепуталась: а вдруг на границе спросит, откуда полуно? На казенный купюры? Ведь являюсь на минерные командировочные. Юрка — он был игрок, обожал казино — уговаривал: «Да я за ночь проиграл больше, чем эта вещь стоит!».

Но я уперлась со страху и ни в какую. Потом всю жизнь жалела и вспоминала эту полунобку — беснующую, из кудрявого барбаса.

Юра всегда был немножко авантюристом. Начал вести какой-то бизнес в Москве. Выстроил загородное поместье где-то под Переславлем-Залесским. Митка тут сидит, катается на лошадах. Оба страстно любили охоту. И первую нашу «птерсу» спроворил именно бывший муж. Он сохранил целый парк автомобилей, полновну котормо, вазюча «птерсу», Митка разбил

автомобиль. Юра всегда был немножко авантюристом. Начал вести какой-то бизнес в Москве. Выстроил загородное поместье где-то под Переславлем-Залесским. Митка тут сидит, катается на лошадах. Оба страстно любили охоту. И первую нашу «птерсу» спроворил именно бывший муж. Он сохранил целый парк автомобилей, полновну котормо, вазюча «птерсу», Митка разбил

автомобиль. Юра всегда был немножко авантюристом. Начал вести какой-то бизнес в Москве. Выстроил загородное поместье где-то под Переславлем-Залесским. Митка тут сидит, катается на лошадах. Оба страстно любили охоту. И первую нашу «птерсу» спроворил именно бывший муж. Он сохранил целый парк автомобилей, полновну котормо, вазюча «птерсу», Митка разбил

**НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ**

**Multifort**  
(2189 characters, 7 pt)

**ПРОДА ЗВЕЗД**

обоих постигло трагическое. Ничего случайного не бывает, ни одна изюшка не выпадает, ни одна изюшка не выпадает просто так. Ведь именно меня Господь поставил рядом с Женей в такой страшный момент его жизни: он не просто любил — боготворил отца.

Почти год прошел — все между нами по-прежнему. А двадцать второго апреля мы отметили день рождения Борьки Чумака, все собрались, а Караченцов с Киндиновым не пришел. Он был в дороге, безмолвный разговор они вели... Потом потонули друг к другу — нет, не деловыми, просто сестра казалась лицом, то одной нешкой, то другой. Как лошади. Целовались мы потом, чуть не всю ночь. Пока шли пешком от Борькиного дома, что в районе Октябрьской площади, до Дмитровых, где обещались, то и дело останавливаясь, прилипали друг к другу.

невозможно набрось ссылаю... Совершенно родной. То ли это внутри вместо меня проносилось, то ли сама проносилась тихих-тихо. Мой! Вокруг шум, гам, никто, конечно, ничего не замечает, а я смотрю на него не отрываясь, любовью, Богом, какой красивый! Не замечал! Ничего не замечал...

Делу за рукам своего друга по обществу Кольо Малоченко.

— Сделай так, чтобы Киндинов проводил меня домой.

— Не вопрос, Степко, сделаем.

Но дружеским посредничеством воспользоваться не пришлось. В какой-то момент вышла из-за стола. А у Борьки между гостини и ту-

**СЕКРЕТНОЕ МЕНЮ КРАСОТЫ**

Осенне-зимний период — лучшее время для нашей внешности. Под воздействием холодного ветра кожа начинает шелушиться, волосы под шапками теряют блеск и объем. Дело в том, что в это время года нашей коже и волосам, которые считаются главными украшениями женщины, очень не хватает витаминов и питательных веществ. Если использовать следующие нехитрые приемы, мы сможем справиться с этими проблемами и будем выглядеть неотразимо.

1. Частая расческа волос — ваш верный помощник. В осенне-зимний период отдайте предпочтение косметическим средствам, содержащим витамины А, Е и С.

2. В осенне-зимний период отдайте предпочтение косметическим средствам, содержащим витамины А, Е и С.

3. Восполните недостаток витамина Е, который отвечает за эластичность кожи, принимая витамин Е в капсулах.

4. Для ухода за кожей рук используйте витаминные кремы на основе ланолина, розового или алоэ. И не забудьте про маникюр: ухоженные ногти — неотъемлемая часть вашего неотразимого облика.

5. Остатки в форме нужно в любое время года. Ежедневная утренняя зарядка в течение 10-15 минут поможет укрепить здоровье и держать мышцы в тонусе.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОБСУЗДАЙТЕ С СПЕЦИАЛИСТОМ

**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, — обращайтесь муж к продавщице, — я оставлю тут свою жену. Поговорите с ней четверть часа, только, умоляю, нигде не отлучайтесь!

Вскоре опять взлетает 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 состоятельных друзей, преподнес презент, взял в долг денюжку — и вернулся в ювелирный.

Почти двадцать лет я прожизнал в счастливом браке. Без восторженных «А-а-а-а!»

и «О-о-о!» не проходило и дня. Премьера спектакля «Шинкель, 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 — претя: «Ты так гениально играл!» Из каждой поездки подарил — чашками, цветы — охапками... Принести один цветочек или скромный букет — не на Сашиного репертура.

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

цветущего шиповника. Накрыли его с дочкой подоельниками, чтобы не козоса, иташили в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь выдрала шиповник у меня под окном!» Прекрасно зная, кто эта «сволочь», и боясь навредить на себе нынче гнев, кое-как распилили куст и под покровом ночи перетаскали его 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 заграничной командировки. Я наготовила разных вкус-

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: ЛС-007023/05, ВЕБ-САЙТ

I/2

(horizontal)

ПРОЗА ЗВЕЗД

за ним произносит тридцать: отрешаюсь от тебя, сатана, со-чтаюсь Тебе, Христе. «Подожди, прими новопроисшедших 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 головы, которого играл Иннокентий Смоктуновский.

«Очи черные» получили приз в Канне за лучшую 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 Гарбуровой итальянская миллионерша Сильвия д'Амико, ставшая продюсером. Перед началом съемок они с Михаилом договорились, что ему заплатят определенную сумму. Позже Никита выяснил, что по заданным меркам это суммы копеек, столько получают начинающие режиссеры. Еще большее его раздражало то, что Сильвия, вложив около четырех миллионов долларов, получила раз в двадцать больше и теперь отказалась делиться процентами от прибыли. Мол, так не договаривались. Что и говорить, штыльный народ эти миллионеры. Было обидно, конечно. Разгневавшийся Михаилов 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 рулит тот, кто деньги на фильм напел. Зная Никиту, могу себе представить, как у него шерсть дыбом вставала от таких указаний. Он терпел-терпел, но в конце концов рубанул: «Как ты со мной разговариваешь? 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», полнометражного с полусюжетными людьми и вывела карьеру Михаила 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, скажу без моего участия. Например, в период беднеца созданная им «Студия ТРИТЭ» Никиты Михайлова» выпустила юнити «Росинский архив», где были материалы, прежде хранившиеся в секретных архивах КГБ, к которым Михаилов в детстве нашел лазейку. Если переписать надо продать, заработать на них. Но как Огарки пару дарком — не хочет народ покупать! Надо выходить на правительство.

Фa

НОВИНКА: ПАРФЮМЕРНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ\*

Многократное раскрытие аромата и надежная део-защита

Fa Floral Protect

ТЕХНОЛОГИЯ ВОСЬ ДЕНЬ

Фa

FLORAL protect

50ml

I/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 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, меценат 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 неудобств. Если продюсеры просят поработать без обеда, она сразу начинает нервничать: «Какое ка-

но? Мне Лизкин обед важнее нашего кино! Визаче ребенок поест, а потом все останется!» 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: «Ахтеры, на площадку!» А мама: «Не трошис, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутербрад внести!

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

Интереснее всего было бегать по разным залам и смотреть другие выступления. Я хорошо помню вокальную группу малышек из Мексики в огромных соборере и ковыляющих птенцах. Старшему — четырнадцать, а младшему — пять, и его постоянно терли, потому что он, как и я, засматривался на чужие номера. Я помогала пролазу не-

Холодное сердце

В кино с 12 декабря

Disney

EXCLUSIVE PREMIUM QUALITY

BASILUR

TEA

СОГРЕЙ СВОЕ СЕРДЦЕ ЧАЕМ!

\*Исключение информации об организации «Созвездие Шинкель» в рамках ее продвижения, известности проекта по результатам ее продвижения, оценки, места и порядка их размещения на сайте www.basilur.ru/tea/2019/ Сроки продвижения: с 15.12.2017 по 15.12.2019 г.

I/3

(horizontal)

# ISSUE DATES

## ISSUE DATES, BOOKING AND MATERIAL DEADLINES FOR «COLLECTION KARAVAN ISTORIY» MAGAZINE FOR 2018

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

| <i>No</i> | <i>Issue</i> | <i>Deadline for<br/>Advertorial *</i> | <i>Deadline for providing<br/>original layouts or<br/>cancellation</i> | <i>The issue<br/>date</i> |
|-----------|--------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1         | January      | 16.11.20                              | 07.12.20                                                               | 11.01.21                  |
| 2         | February     | 09.12.20                              | 11.01.21                                                               | 08.02.21                  |
| 3         | March        | 18.01.21                              | 08.02.21                                                               | 08.03.21                  |
| 4         | April        | 18.02.21                              | 15.03.21                                                               | 12.04.21                  |
| 5         | May          | 22.03.21                              | 12.04.21                                                               | 10.05.21                  |
| 6         | June         | 22.04.21                              | 17.05.21                                                               | 14.06.21                  |
| 7         | July         | 21.05.21                              | 11.06.21                                                               | 12.07.21                  |
| 8         | August       | 21.06.21                              | 12.07.21                                                               | 09.08.21                  |
| 9         | September    | 26.07.21                              | 16.08.21                                                               | 13.09.21                  |
| 10        | October      | 23.08.21                              | 13.09.21                                                               | 11.10.21                  |
| 11        | November     | 20.09.21                              | 11.10.21                                                               | 08.11.21                  |
| 12        | December     | 15.10.21                              | 08.11.21                                                               | 06.12.21                  |

\* 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 StoreTop in categories “Kiosk/Entertainment” and «Magazines in Russian».

Installation of apps – more than 130 000.  
Number of downloading of one magazine – 7 000 – 9 000

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

Term of placement – 1 month

| Name                         | Description                                                                              | without disposition | on the 2nd page | 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            |                  |