



КАРАВАН
историй

OCTOBER 2020

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 235 000 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

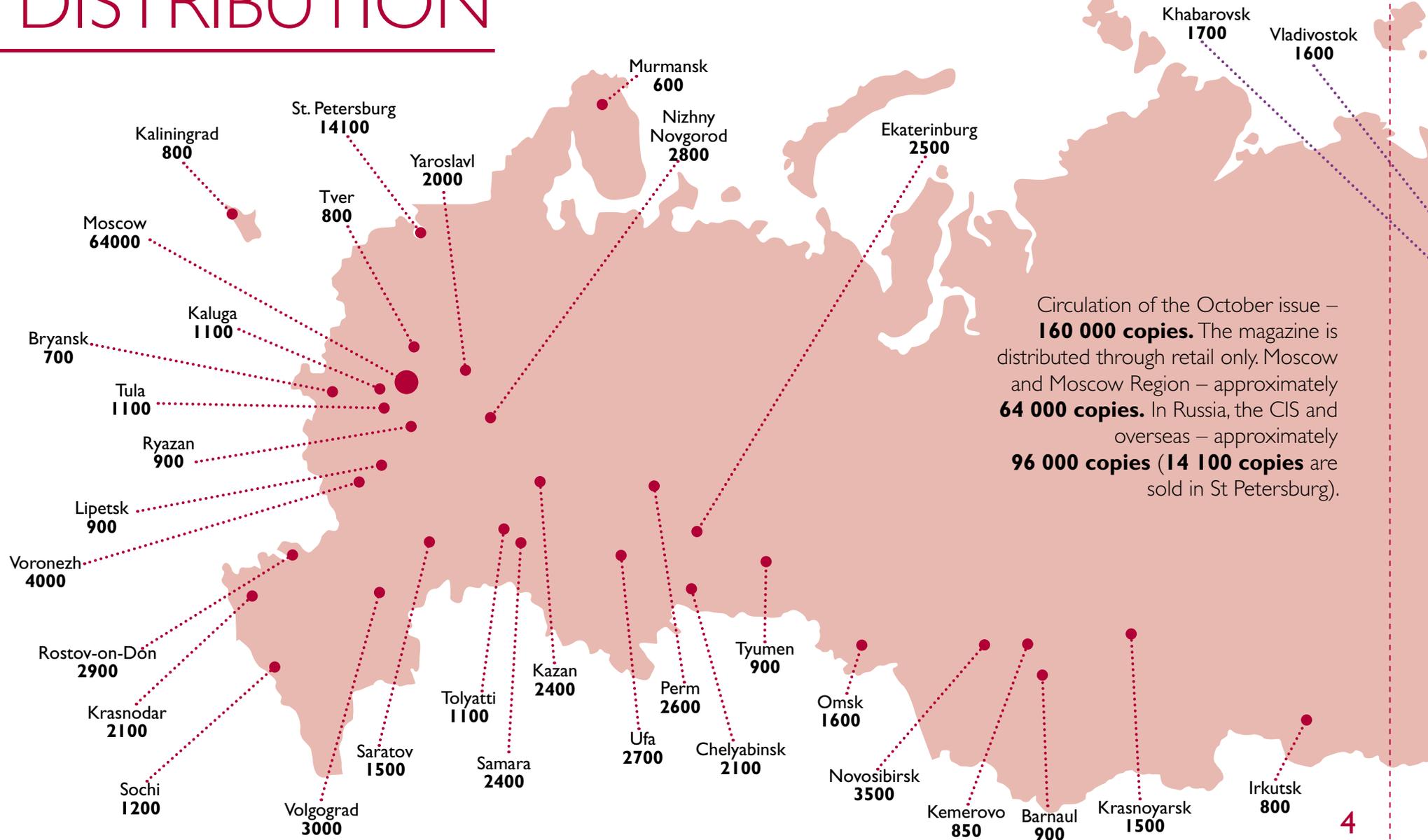
Life style

Beauty

Horoscope



DISTRIBUTION



Circulation of the October issue – **160 000 copies**. The magazine is distributed through retail only. Moscow and Moscow Region – approximately **64 000 copies**. In Russia, the CIS and overseas – approximately **96 000 copies** (**14 100 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	4,0%	419 700
Cosmopolitan	2,9%	310 800
Collection Karavan istoriy	2,0%	215 800
Glamour	1,9%	199 900
Domaschniy ochag	1,5%	161 200
Vogue	1,4%	151 200
Elle	1,0%	104 700

AVERAGE

AVERAGE ISSUE READERSHIP IN RUSSIA

Average issue readership in Russia is presented based on the data from «Mediascope Russia» (NRS-Russia, May – October 2017) as a percentage of the adult population (60 942 100 people) and as total figures:

	3,2%	1 955 300
Cosmopolitan	2,6%	1 563 700
Karavan istoriy	1,4%	867 100
Collection Karavan istoriy	1,3%	788 000
Domaschniy ochag	1,0%	633 300
Glamour	0,9%	536 200
Vogue	0,6%	347 000
Elle		

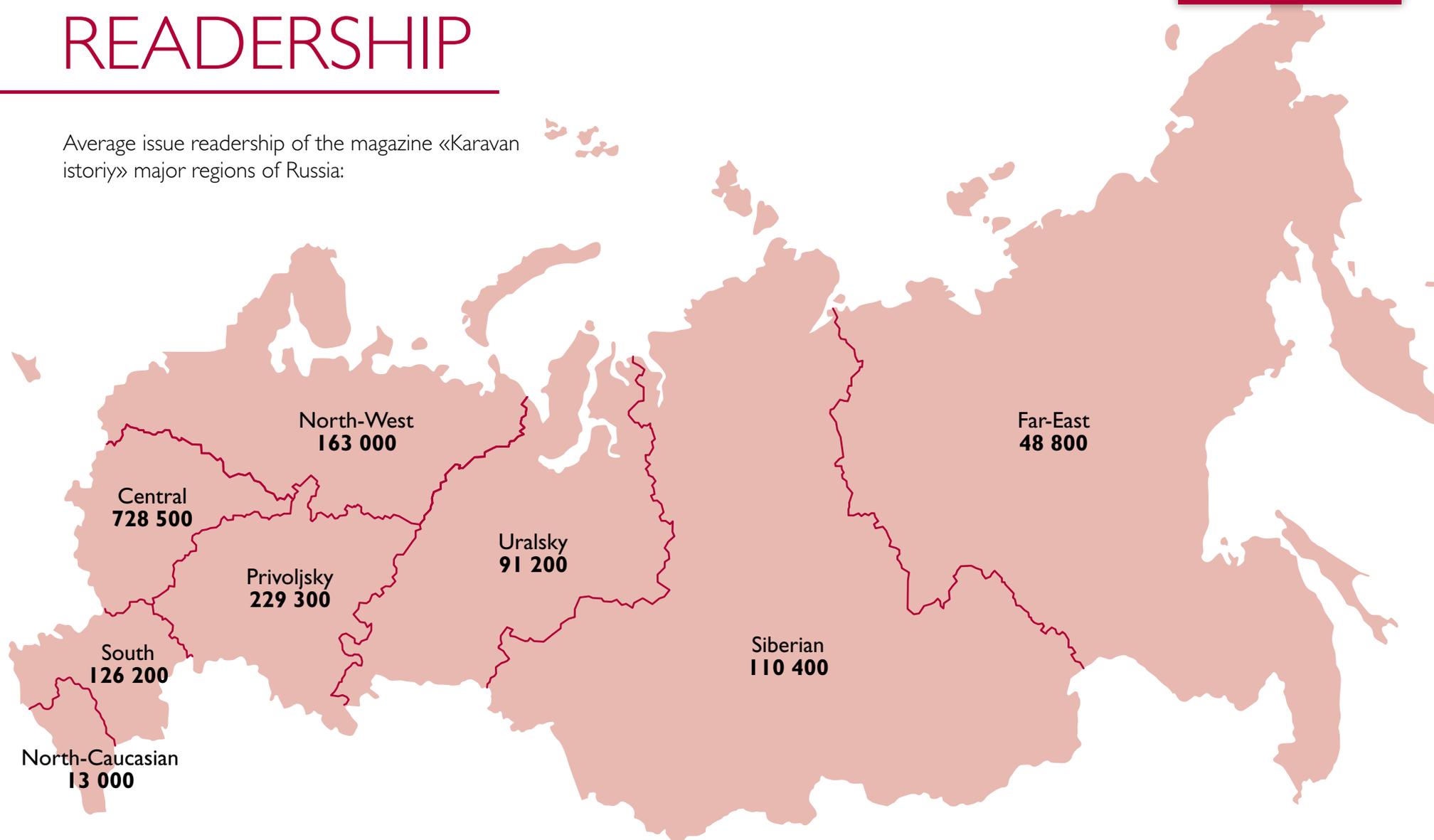
TOTAL AUDIENCE MAGAZINES KARAVAN ISTORIY AND COLLECTION KARAVAN ISTORIY

(percentage and in total figures)

in Moscow	3,1%	1 907 700
in Russian	5,3%	555 600
in Saint Petersburg	3,5%	160 500

READERSHIP

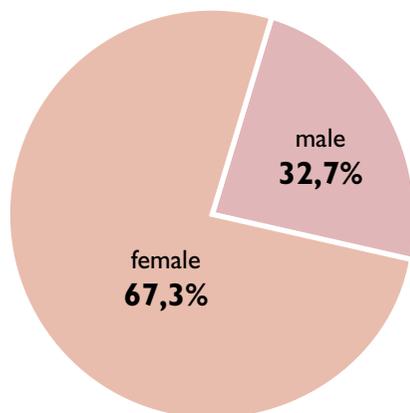
Average issue readership of the magazine «Karavan istoriy» major regions of Russia:



READERSHIP

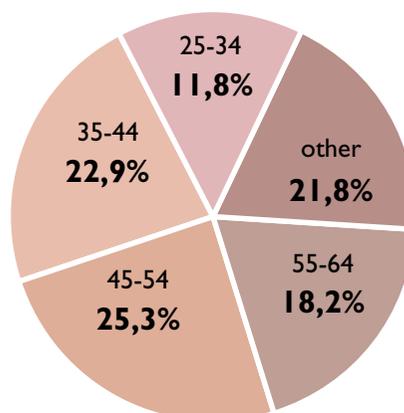
SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE READERSHIP

1. Sex



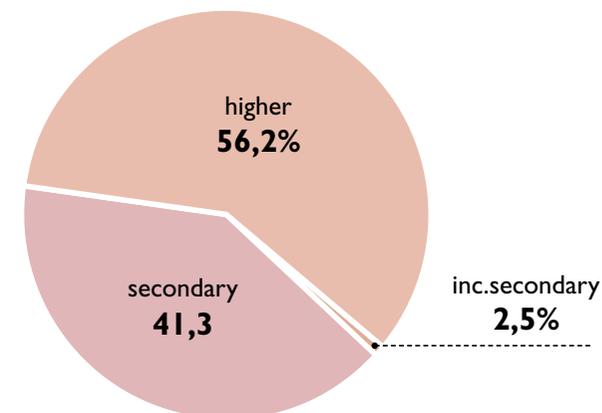
Although the majority of readers of the magazine «Karavan istoriy» are women, 32,7% of its readers are men. That is to say the magazine is more unisex compared with traditional women's publications.

2. Age



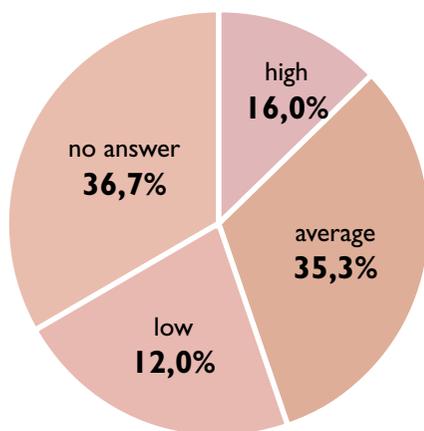
The magazine «Karavan istoriy» is of equal interest to all readership age groups, moreover, it contains more consumer-active group – from 25 to 54 years old, whereas a large proportion of the readership of traditional women's magazines are young readers aged between 16 and 24 years old.

3. Education



READERSHIP

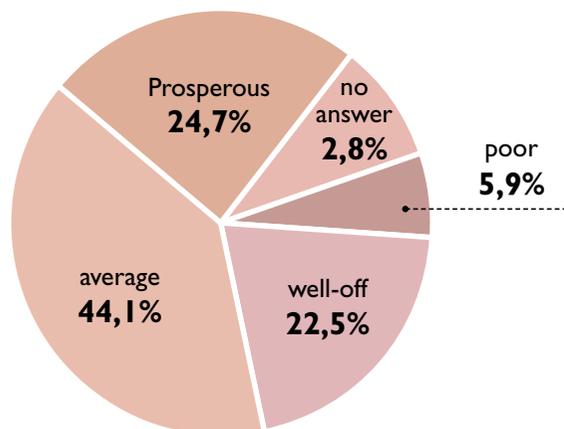
4. Income



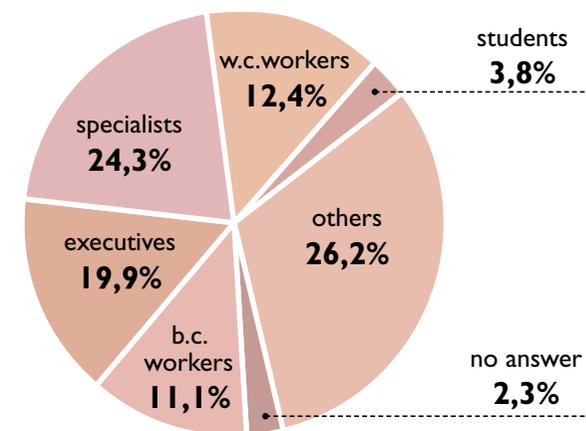
It is necessary to note that during the course of the study respondents do not willingly answer questions about their income – more than 36.7% refused to answer. Since under examination there is a tendency to lower the actual level of income, it is possible to assume that the members of the lower and 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.

НАЦЕНКИ ПРИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ

В первой статье номера	20%
На правой полосе	20%
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%

PACKAGE DEPLOYMENT

PRICES FOR PACKAGE DEPLOYMENT OF THE MAGAZINE «KARAVAN ISTORIY» AND «COLLECTION KARAVAN ISTORIY», 2021

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.

SPECIAL ADVERTISING PROJECTS

INSERTION OF PRINTED PRODUCTS



Card



Advertising catalogue



Leaflet, coupon, CD/DVD

Circulation of insertion: from 10 000

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 10 000

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 35 days before the issue date. Samples for testing in the amount of 50 items are delivered to the address of the Publishing House.

The term of delivery of ready advertising production - 5 days before the issue date.



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...

Я выгляжу моложе своих лет, но признаю старение дает о себе знать. Кожа лица не такой четкой, часто появляется ощущение стянутости кожи, ну и, конечно, морщины, которые прорисовались куда раньше, кожа увядалась. В общем, признаки жизни обманывают все более активно.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне разочаровали: ожидаемого косметического эффекта не наблюдалось. Ни одного чудеса в бутылках или не проявилась, как хотелось бы. И я подумала, что для меня чудеса от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которые поистину повернут время вспять. В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, недавно встретилась с институциональным пародизом заставила меня поменять свою точку зрения. Одна из них пришла заметив пожелавший и опоздавший. Намного 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 омолаживающий крем подутри месячные докопировали. К вопросу о подотри обстоятельно узнали, почему крем и регенерирующий крем для лица Revitalift Laser x3. Мне тоже нужно было убедиться, что крем не что-то частое, а не сразу!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила на все вопросы, но в то же время легкую текстуру. Это как раз то, что хотела моя кожа, на которой ощущалась сила рабочих стрессов и ежедневных переживаний. Еще из первых впечатлений очень приятно наносить крем для лица с помощью специального аппликатора — после нанесения еще долго ощущается прохлада. Я стала повторять эту процедуру в течение дня и в офисе — и с удовольствием заметила, что морщины под глазами полностью пропали! Возвращающиеся к работе результаты, привнесла еще и ночной крем-маску Revitalift Laser x3 — и уже на следующее утро я увидела обновленную кожу, что тоже заметно разгладило и привнесло здоровый блеск.

Возвращаясь, и начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но блеском и полностью поправилась в часе.



Татьяна, 41 год, менеджер

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



Хорошо, температура вилки, фригидные яйца, миска с салатом, ложка, напиток, перец и миксер. После нескольких месяцев использования вы можете убедиться, что не упускаете ни одного момента, который радует вас. Любая из них, от работы до сна. Не и не спешите, что не забывайте — миксер — это в любом случае самый важный инструмент на кухне. И на кухне, где вы проводите много времени, важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Сегодня каждый, кто любит готовить, знает право на домашнюю кухню. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и обновлять интерьер кухни, чтобы сделать ее более уютной и функциональной. Для этого важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Строгая элегантность делает эту технику желанной даже на очень стильной и изысканно обставленной кухне: корпус прибора выполнен из тех же высокопрочных металлов, которые используются в производстве «мерседесов» и «бмв».

Сегодня каждый, кто любит готовить, знает право на домашнюю кухню. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и обновлять интерьер кухни, чтобы сделать ее более уютной и функциональной. Для этого важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Сегодня каждый, кто любит готовить, знает право на домашнюю кухню. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и обновлять интерьер кухни, чтобы сделать ее более уютной и функциональной. Для этого важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Строгая элегантность делает эту технику желанной даже на очень стильной и изысканно обставленной кухне: корпус прибора выполнен из тех же высокопрочных металлов, которые используются в производстве «мерседесов» и «бмв».

Сегодня каждый, кто любит готовить, знает право на домашнюю кухню. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и обновлять интерьер кухни, чтобы сделать ее более уютной и функциональной. Для этого важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Сегодня каждый, кто любит готовить, знает право на домашнюю кухню. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и обновлять интерьер кухни, чтобы сделать ее более уютной и функциональной. Для этого важно иметь под рукой инструмент, который поможет вам справиться с любой задачей.

Строгая элегантность делает эту технику желанной даже на очень стильной и изысканно обставленной кухне: корпус прибора выполнен из тех же высокопрочных металлов, которые используются в производстве «мерседесов» и «бмв».



Philips
(4357 characters, 8,5 pt)

Дайте возможность этой технике для вас, чтобы приготовить парфе — старинный французский замороженный десерт, состоящий из слоев из чернично-ванильного мороженого. Основу любого парфе — клубника с сахаром сливки, замороженные бананы, кофе, каша или шоколад и мороженое. Как мороженое может использоваться клубника, свежие ягоды и даже сухая смородина (с помощью миксера от Philips для этого можно использовать меньше чем за минуту).

Важно: все ингредиенты должны быть очень хорошо охлаждены. Рекомендуется подавать в мороженое даже форму, в том, как в него будет выкладываться крем. Для качественной заморозки готового продукта лучше всего оставить его в более объемной емкости, например, в форме (или в форме, которую можно использовать в холодильнике).

Кокосовое парфе с сливками и соусом из свежей малины

Вот один из множества рецептов. Чтобы приготовить парфе, вам понадобится 2 яйца, 3 столовые ложки кокосового масла (Малайзия, Индонезия), 1/2 стакана малины (любый сорт), 175 г сахарной пудры и 400 мл сливок для кофеина.

Для приготовления соуса потребуются 300 г сливочного масла. Протрите сливочное масло и добавьте малину в кухонном комбайне и добавьте малину в кухонном комбайне.

Смешайте масло и добавьте малину в кухонном комбайне. Добавьте сливки и добавьте малину в кухонном комбайне. Добавьте малину в кухонном комбайне.

125 г сахара залить в стальной ложкой воды и медленно нагревать до растворения.

После этого растереть, чтобы смесь стала однородной.

РЕЦЕПТЫ

Затем, не выключая миксер, тонкой струйкой влить сахарный сироп и белки и продолжать взбивать на максимальной скорости 5 минут, пока смесь не остынет.

В другой посуде взбить желтки с оставшимся сахаром. Добавить миксер. Взбить сливки до образования пиковой, соединив форму парфе. Аккуратно смешать желтки со сливками, затем добавить клубнику без сахара. Перемешать смесь в подготовленной форме и разложить смесь в форму.

Маленькие порции и подавать, как следует взбить. Чтобы соус не был слишком густым, можно добавить пару столовых ложек лимона. Перед подачей готового парфе на стол выложить в охлажденные бананы соев. Сверху выложить парфе. Украсить ягодами.

После этого растереть, чтобы смесь стала однородной.

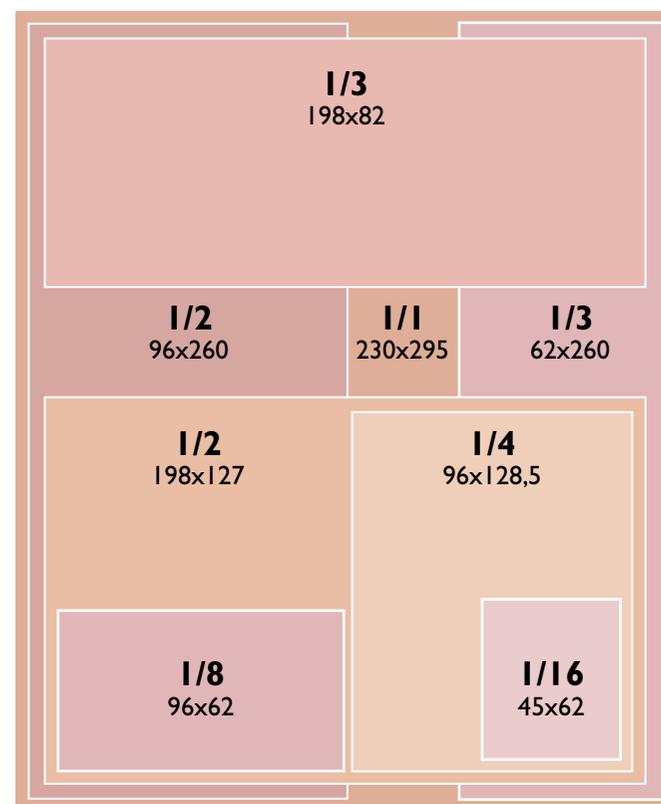
После этого растереть, чтобы смесь стала однородной.

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



EXAMPLES

EXAMPLES OF ADVERTISING IN PAGINATION OF CERTAIN ISSUES:

ВЕЖЛИВОСТЬ ДИТЬ

Когда речь идет о детях и их сиюминутной потребности в радости, то родители не находят времени, чтобы побыть с ними. Дети не имеют возможности выразить свои чувства. Им не хватает внимания, любви, заботы. Дети не имеют возможности выразить свои чувства. Им не хватает внимания, любви, заботы. Дети не имеют возможности выразить свои чувства. Им не хватает внимания, любви, заботы.

Папана бы ты еще кобыл, С згин не поспоришь, Бабы ему проходу не давали

В своем рассказе он рассказывает о том, как он встретил папу. Папа был таким же, как и все остальные. Он был таким же, как и все остальные. Он был таким же, как и все остальные. Он был таким же, как и все остальные.

В ПОЛЬШУ ЗАСКАЗКОЙ!

Польша — это страна, где вы можете наслаждаться прекрасными видами, вкусной едой и гостеприимными жителями. Польша — это страна, где вы можете наслаждаться прекрасными видами, вкусной едой и гостеприимными жителями.

www.poland.travel

1/2 (horizontal)

Жасмин пришла в ярость, потому что Пол не оставил ей ни цента, и готова судиться с дочерью актера

Жасмин пришла в ярость, потому что Пол не оставил ей ни цента, и готова судиться с дочерью актера. Жасмин пришла в ярость, потому что Пол не оставил ей ни цента, и готова судиться с дочерью актера.

авиа МОНЕ

путешествуйте с удовольствием

препарат от укушения для взрослых и детей с 6 лет

платинум GIPSECO

ГРЕКОС

1/2 (vertical)

Франк провалился в темноту, очнулся он на бетонном полу с распоротым подбородком и пробитым затылком, у него были сломаны нога и ребро...

Франк провалился в темноту, очнулся он на бетонном полу с распоротым подбородком и пробитым затылком, у него были сломаны нога и ребро. Франк провалился в темноту, очнулся он на бетонном полу с распоротым подбородком и пробитым затылком, у него были сломаны нога и ребро.

ЛАЙОШ КАШЬШЕ НАМ НЕ НУЖЕН!

СИННИТУ ПОМОГАЕТ ПОВЕДИТЬ ЛЮБОЙ СУХОЙ НАШЕЛЫ ГРИБНОЙ — дис. формы микрос, сепки и таблетки

СИННИТУ — препарат для взрослых и детей с 12 лет (препарат) — СИННИТУ БУЛЬБИТИС — микст. ДР.

1/3 (horizontal)

ДЕНТАЛ ГЮРУ

8 (495) 648-17-17

3-й этаж, Москва

ДЕНТАЛ ГЮРУ

1/3 (vertical format)

ISSUE DATES

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

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	02.11.20	23.11.20	21.12.20
02	February	26.11.20	17.12.20	25.01.21
03	March	24.12.20	25.01.21	22.02.21
04	April	28.01.21	18.02.21	22.03.21
05	May	05.03.21	29.03.21	26.04.21
06	June	01.04.21	22.04.21	24.05.21
07	July	06.05.21	28.05.21	28.06.21
08	August	04.06.21	28.06.21	26.07.21
09	September	05.07.21	26.07.21	23.08.21
10	October	09.08.21	30.08.21	27.09.21
11	November	06.09.21	27.09.21	25.10.21
12	December	01.10.21	22.10.21	22.11.21
01/'17	January	29.10.21	22.11.21	20.12.21

* 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 StoreTop 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	