

КАРАВАН
историй

OCTOBER 2021

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 160 000 copies.
Full colour 196 pages.
Distribution: retail only.



REGULAR COLUMNS

Love Story

The Art of Living

Mood

Star Track

Names

Dynasty

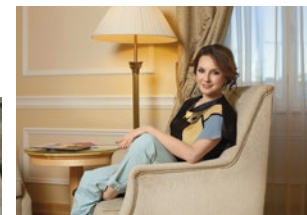
Fact

Feature

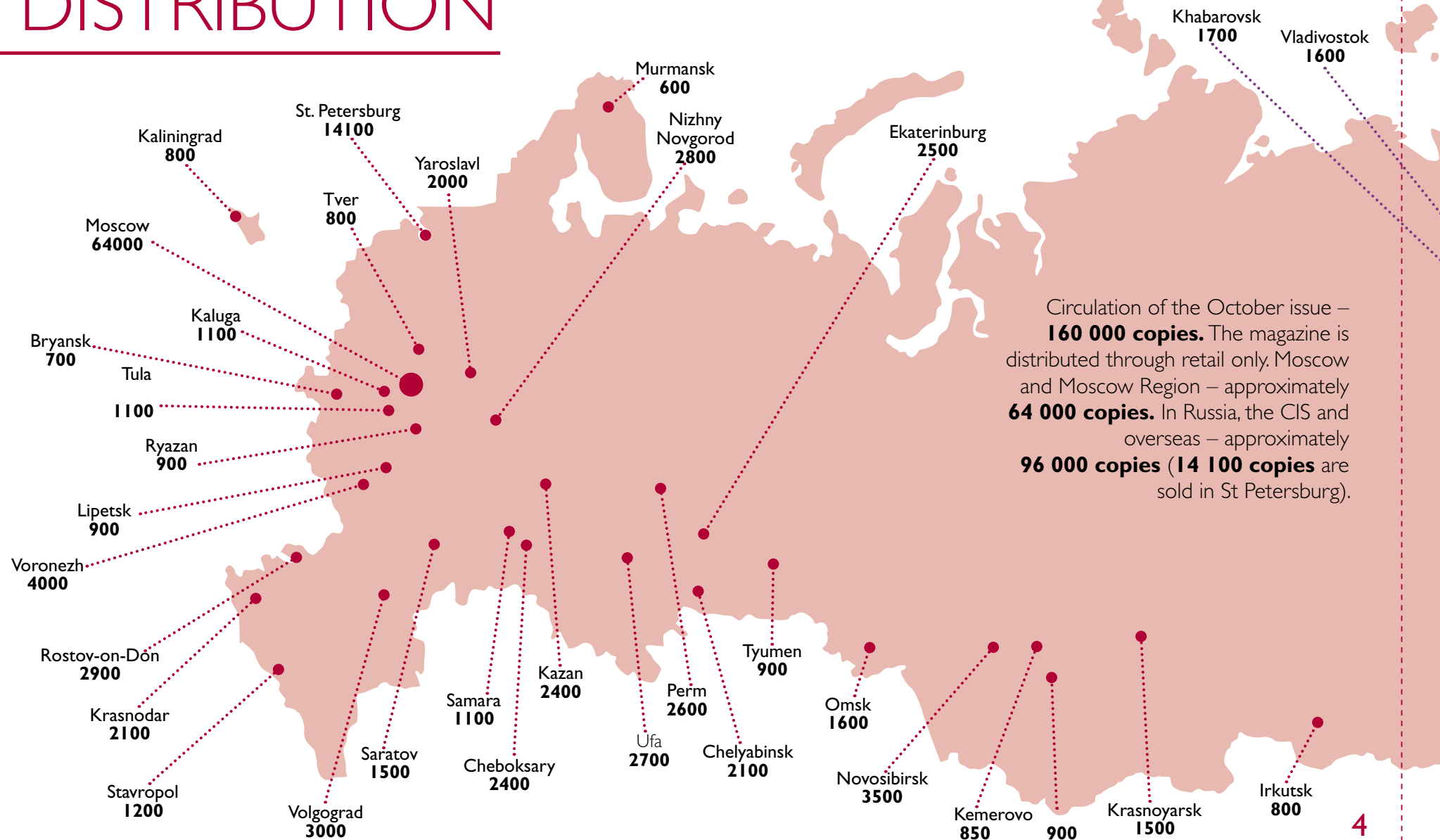
Life style

Beauty

Horoscope



DISTRIBUTION



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 and in total figures:

Karavan istoriy	3,3%	346 200
Cosmopolitan	2,8%	295 300
Vogue	1,9%	204 900
Collection Karavan istoriy	1,8%	186 100
Glamour	1,7%	178 600
Domaschniy ochag	1,4%	146 200
Elle	1,1%	115 600

AVERAGE

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 and as total figures:

Cosmopolitan	3,1%	1 907 200
Karavan istoriy	2,5%	1 510 800
Domaschniy ochag	1,3%	800 900
Glamour	1,3%	793 200
Vogue	1,1%	661 700
Collection Karavan istoriy	0,8%	511 300
Elle	0,7%	421 400

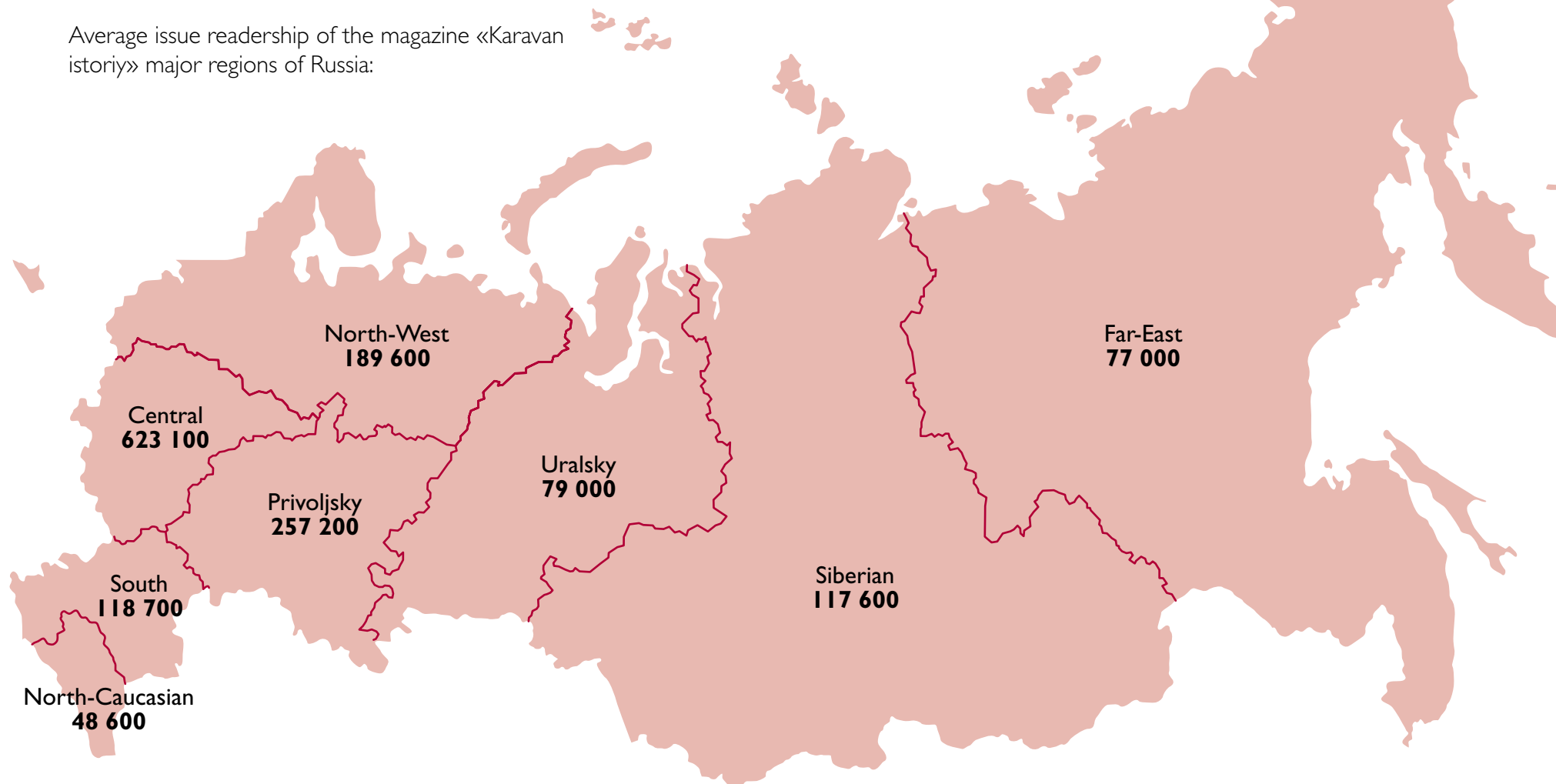
TOTAL AUDIENCE MAGAZINES KARAVAN ISTORIY AND COLLECTION KARAVAN ISTORIY

(percentage and in total figures)

in Russian	3,0%	1 853 800
in Moscow	4,5%	470 200
in Saint Petersburg	2,9%	132 800

READERSHIP

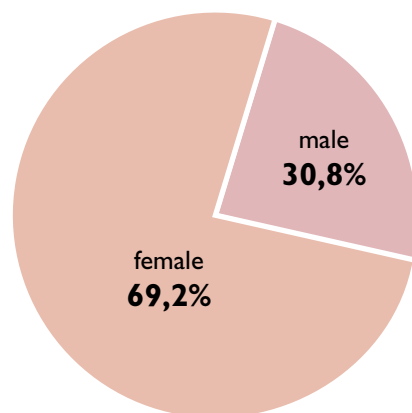
Average issue readership of the magazine «Karavan istoriy» major regions of Russia:



READERSHIP

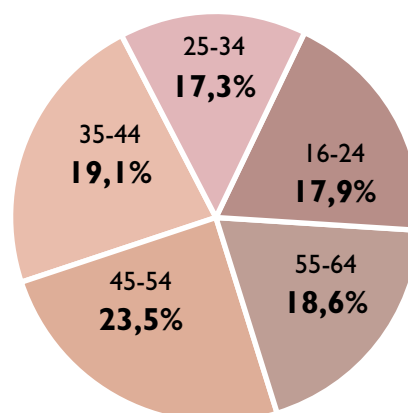
SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE READERSHIP

1. Sex



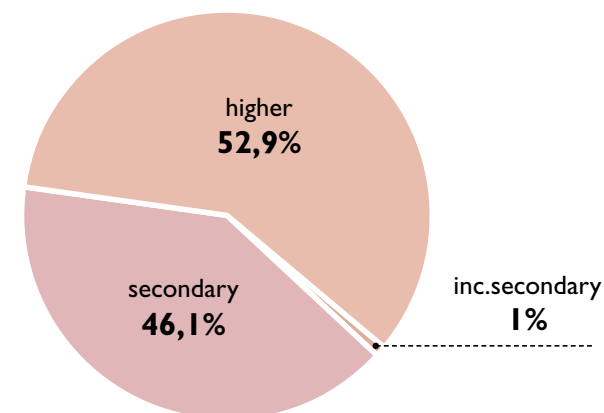
Although the majority of readers of the magazine «Karavan istoriy» are women, 30.8% of its readers are men. That is to say the magazine is more unisex compared with traditional women's publications.

2. Age



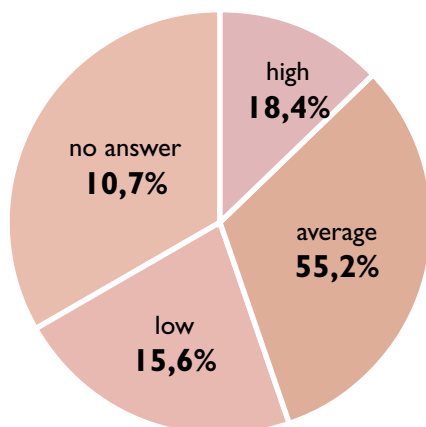
The magazine «Karavan istoriy» is of equal interest to all readership age groups, moreover, it contains more consumer-active group – from 35 to 54 years old.

3. Education



READERSHIP

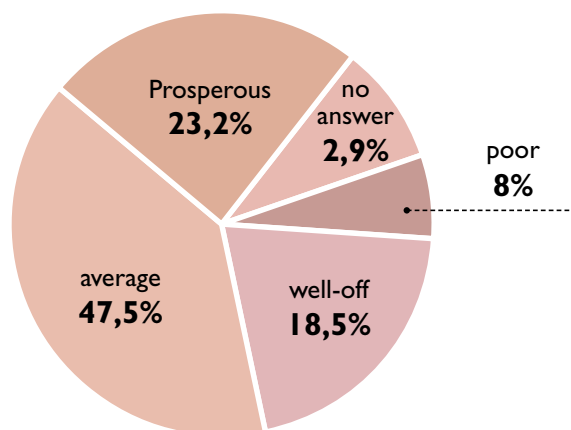
4. Income



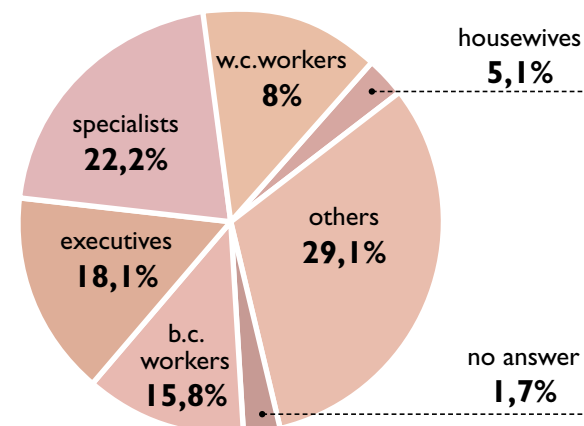
It is necessary to note that during the course of the study respondents do not willingly answer questions about their income – more than 10,7% refused to answer. Since under examination there is a tendency to lower the actual level of income, it is possible to assume that the members of the lower and 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», 2022

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
Right Hand Page face to Editor's letter	840 000
1-st Right Hand Page face to Content	800 000
2-nd Right Hand Page face to Content	780 000
Right Hand Page face to Contributors	800 000
II cover	975 000
III cover	820 000
IV cover	1 260 000

Rates do not include VAT.

ADVERTISING RATES IN CATEGORY «CLASSIFIED», 2022

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.

MARKUPS AT POSITIONING

Position	Markup
First half of the magazine	25%
First advertising of a definite product category	25%
Placement of 2 -3 layouts successively	25%
Placement of 2 layouts on spread	25%
Placement in a definite column	25%
Non-standard size advertising	25%

PACKAGE DEPLOYMENT

PRICES FOR PACKAGE DEPLOYMENT OF THE MAGAZINE «KARAVAN ISTORIY» AND «COLLECTION KARAVAN ISTORIY», 2022

Size		
Karavan istoriy	Collection Karavan istoriy	Cost, RUB
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:

LINE STORY

каменными пиками. Показывая, как можно использовать, не боясь ошибок, и как можно избежать их. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию.

LINE STORY

каменными пиками. Показывая, как можно использовать, не боясь ошибок, и как можно избежать их. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию. В конце концов, это не просто инструкция, а руководство к действию.

Газетчики с удовольствием смаковали союз «порочного бабника и наивной дурочки», предвещая им скорый разрыв

КРАСОТА — ЭТО УВЕРЕННОСТЬ NIVEA

УЛЬТРА СИЛЬНЫЙ ЛАК ДЛЯ ВОЛОС

УЛЬТРА СИЛЬНЫЙ ЛАК ДЛЯ ВОЛОС

CURTIS чай со вкусом

Сделай свой чай особенным

Сделай свой чай особенным

CURTIS чай со вкусом

Сделай свой чай особенным

Сделай свой чай особенным

ОСМЕЛЬТЕСЬ НА МЕГА ОБЪЕМ

ОСМЕЛЬТЕСЬ НА МЕГА ОБЪЕМ

ОСМЕЛЬТЕСЬ НА МЕГА ОБЪЕМ

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 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.

Conditions of work with special projects in Finland 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 «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: старения дает о себе знать. Каждый день не такой четкий, часто появляется ощущение стянутости кожи, ну и, конечно, морщины, которые преследуют, когда улыбаюсь, когда удивляюсь... В общем, «спинные жизни» обматывают все более тесно.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне разочаровали: ожидаемого косметического эффекта не наблюдалось. Ни одного морщина в уголке глаз не появилось, не стало на месте. Я подумала, что для жужу чудес от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которые помогут повернуть время вспять... В общем, в течение нескольких месяцев я пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатом.

Впрочем, недавняя встреча с институциональными партнерами заставила меня поменять свою точку зрения. Одна из них пришла вместе с коллегой и ошеломилась. Немного ослепленного, моего лица 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 месяцев использования.

Этот крем, я также помолодевший вид подруги меня вдохновил. К тому же у подруги обстоятельство купила дневной крем и регенерирующий крем для глаз Revitalift Laser X3. Мне тоже нужно было вернуть молодость лица. Причем не «по часам», а «сразу»!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила наисмешнее, но в то же время легкую текстуру. Это как раз то, что хотела моя кожа, на которой отреагировала сразу: никаких стрессов и неприятных ощущений. Еще из приятных впечатлений: очень приятно наносить крем для глаз с помощью специального аппликатора — после нанесения еще долго ощущается прохлада. Я стала повторять эту процедуру в течение дня в офисе — и с удовольствием заметила, что морщины под глазами полностью «пропали». Возвращаясь к работе, заметила, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый вид.

Возвращаясь, я начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но с появлением полностью поправилась в на-

мужине дела на работе, и у меня совершенно не было времени откладывать изменения в своей внешности. Когда же спустя пару месяцев наконец выдалась передышка, я с удивлением обнаружила, что не узнаю своего отражения в зеркале. Конечно, морщины заметно уменьшились, овал стал четче... Я была буквально поражена тем, насколько обволакивающей и подтягивающей выглядит моя кожа, насколько более выразительным и молодым стал взгляд. Определенно, современные антивозрастные средства gamma Revitalift Laser X3 делают свое дело!

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



L'Oréal
(3043 characters, 8,5 pt)

К высотам кулинарии — с шедеврами техники



Несмотря на то, что в мире кулинарии много технологий, Philips — это не просто техника, это искусство. Philips, имея в своем арсенале все, что нужно для создания шедевров, предлагает вам не просто готовить, а наслаждаться процессом. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Кокосовое парфе с сливками и соусом из свежей малины

Ваше блюдо — это не просто десерт, это произведение искусства. Philips — это не просто техника, это искусство. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Кокосовое парфе с сливками и соусом из свежей малины

Ваше блюдо — это не просто десерт, это произведение искусства. Philips — это не просто техника, это искусство. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Кокосовое парфе с сливками и соусом из свежей малины

Ваше блюдо — это не просто десерт, это произведение искусства. Philips — это не просто техника, это искусство. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.

Создавая кулинарию, вы можете быть уверены, что ваша техника будет работать на высшем уровне. Philips — это не просто техника, это искусство.



Philips
(4357 characters, 8,5 pt)

EXAMPLES OF ADVERTORIAL

100

SAVAGE
осень-зима 2013/14

ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ

ИСКУССТВО ЖИТЬ

[illegible]

Наконец, судьба моя возмела четкие рамки: «знаменитым музыкантом» — вот кем я стану! О чем я всем и завыл: «Ребята, все в порядке!» Я понял, как далеко будем жить! Я стану лучшим музыкантом, мы заработаем кучу денег, и все наладится». Начинаться должно под флагом «стану лучшим музыкантом», и в свете всех предыдущих «стану лучшим» мои заявления уже порядочно всех раздражают. Особенно Леру.

«Тебе не надоело нести эту хрень? — грозно вопрошала меня жена. — Нам нечего жрать, нечем кормить дочку!»

надобно нести эту хрену? — грозно вопрошала некая молодая жена. — Ты работайся водителем! Посмотри на нас! Нам ничего жрать, нечем кормить дочку! Мы купаемся еи один шамперс на неделю и одно яблоко в день, а сами едим картошку с грибами, которые — ну! — не стоят ничего, потому как найдены в лесу. Самое ужасное заключалось в том, что в глубине души я понимал — жена права. Но поделять ничего не мог. До сих пор помню, как мой шеф, у которого я шоферил, как-то купался

Восна — время расцвета и преобразования. С первыми лучами весеннего теплого солнышка всем нам хочется очутиться от серых зимних будней, набраться бодрости и сил. Хочется изгнать из души все мрачные мысли, зарядиться позитивом и в меру сил расцвести вместе с природой.

Сильно интересен дел жидет нас весной! Многие всей весной тешатся, озабочены тем, что возвращаются из теплых краев, пить, гулять, в ручейках купаться, в садах и огородах копать, ухаживать, прогуливаясь в парке или отправляясь на заветные-заветные аттракционы.

Увы, наши желания далеко не всегда совпадают с возможностями. Порой вместо ожидаемого приезда в добрый край, с наступлением весны они как будто испаряются. Вроде бы все хорошо, но что-то не получается, а долгожданного приезда не происходит. Но не отчаивайтесь, мы знаем, как исправить ситуацию!

Дело в том, что в большинстве случаев причиной недомогания, ослабления иммунитета является недостаток витаминов. Несмотря на обилие в магазинах фруктов и овощей, постоянная занятость в это время часто подталкивает нас к выбору полуфабрикатов.

заблуждений: если сбалансировать дефицит солида и различные нагрузки на работ организм еще как-то справляется за счет собственных резервов, то длительная некачественная пища и микронеполноценность не отражается на активности, настроении, физической активности и сбалансированности инфоцикла.

Поэтому, чтобы избежать вреда и приращен на настроение и во всеобщем, нужно придерживаться дополнений к питанию, которые содержат микронеполноценности. Мультивита и его состав включает 13 витаминов, 10 минералов и экстракт хлорофилла, который обладает стимулирующим влиянием на иммунную систему, а также помогает повысить защитные силы организма. Кстати, для детей состав мультивита не подходит, так как в нем отсутствуют витамины А, Е, К, а также состав комплекса Мультивита детский включает не только витамины и минералы, но и экстракт шиповника.

Восполнение и радостное время, когда можно наслаждаться солнечными лучами солнца, и в этот момент вы можете почувствовать себя в еще чаще дарить свою позитивную улыбку окружающим, и скоро вы заметите, как мир вокруг заиграет яркими красками.



Мультифорт

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ

(4445 characters, 8 pt)

(620 characters)

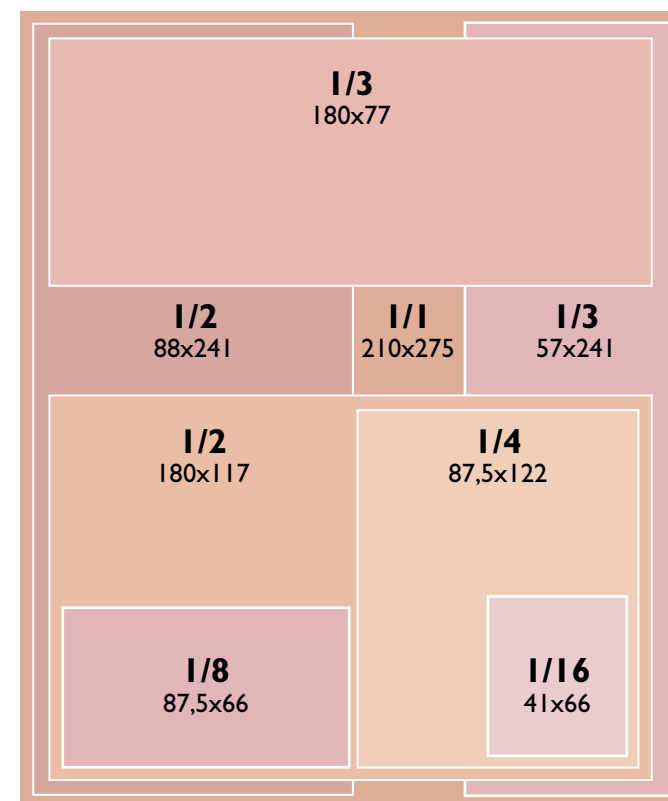
(2156 characters, 9 pt)

SIZES

SIZES OF THE ORIGINAL LAYOUTS

1/1	210x275 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 horizontal	210x133 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 horizontal	180x117 mm
1/2 vertical	102,5x275 mm (+5 mm for the trimming)
1/2 vertical	88x241 mm
1/3 horizontal	210x84,5 mm (+5 mm for the trimming)
1/3 horizontal	180x77 mm
1/3 vertical	71x275 mm (+5 mm for the trimming)
1/3 vertical	57x241 mm
1/4 vertical	87,5x122 mm
1/8 horizontal	87,5x66 mm
1/16 vertical	41x66 mm

BASIC ADVERTISING OPTIONS



[illegible]

970 НЕ ТИПОС ДОМА, А!
 ДО СКОЛЬКО ТЫ НЕ ТИПОС ДОМА, А!
 НАСКОЛЬКО ТЫ НЕ ТИПОС ДОМА, А!

[illegible]

21

[illegible][illegible][illegible][illegible]

22

ISSUE DATES

ISSUE DATES, BOOKING AND MATERIAL DEADLINES FOR «KARAVAN ISTORIY» MAGAZINE FOR 2022.

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

<i>No</i>	<i>Issue</i>	<i>Deadline for Advertorial *</i>	<i>Deadline for providing original layouts or cancellation</i>	<i>The issue date</i>
01 (283)	January	29.10.21	22.11.21	20.12.21
02 (284)	February	26.11.21	17.12.21	24.01.22
03 (285)	March	24.12.21	21.01.22	21.02.22
04 (286)	April	28.01.22	18.02.22	28.03.22
05 (287)	May	02.03.22	25.03.22	25.04.22
06 (288)	June	29.03.22	19.04.22	23.05.22
07 (289)	July	29.04.22	27.05.22	27.06.22
08 (290)	August	03.06.22	24.06.22	25.07.22
09 (291)	September	08.07.22	29.07.22	29.08.22
10 (292)	October	05.08.22	26.08.22	26.09.22
11 (293)	November	02.09.22	23.09.22	24.10.22
12 (294)	December	30.09.22	21.10.22	21.11.22
01\2023	January	27.10.22	18.11.22	19.12.22

* 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 225 000.

Number of downloading of one magazine – 9 000 – 11 000

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

Term of placement – 1 month

OF «KARAVAN ISTORIY».		Price, rubles.		
Term of placement – 1 month				
Name	Description	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	