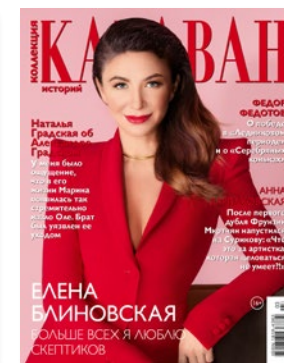


КОЛЛЕКЦИЯ



КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН историй

Я Н В А Р Ъ 2 0 2 5

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

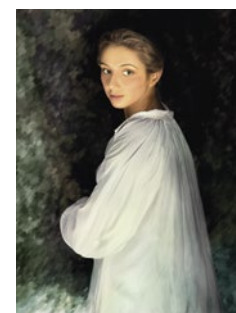
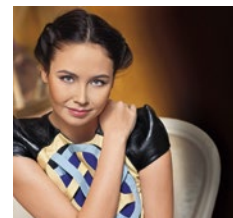
Проза звезд

Имена

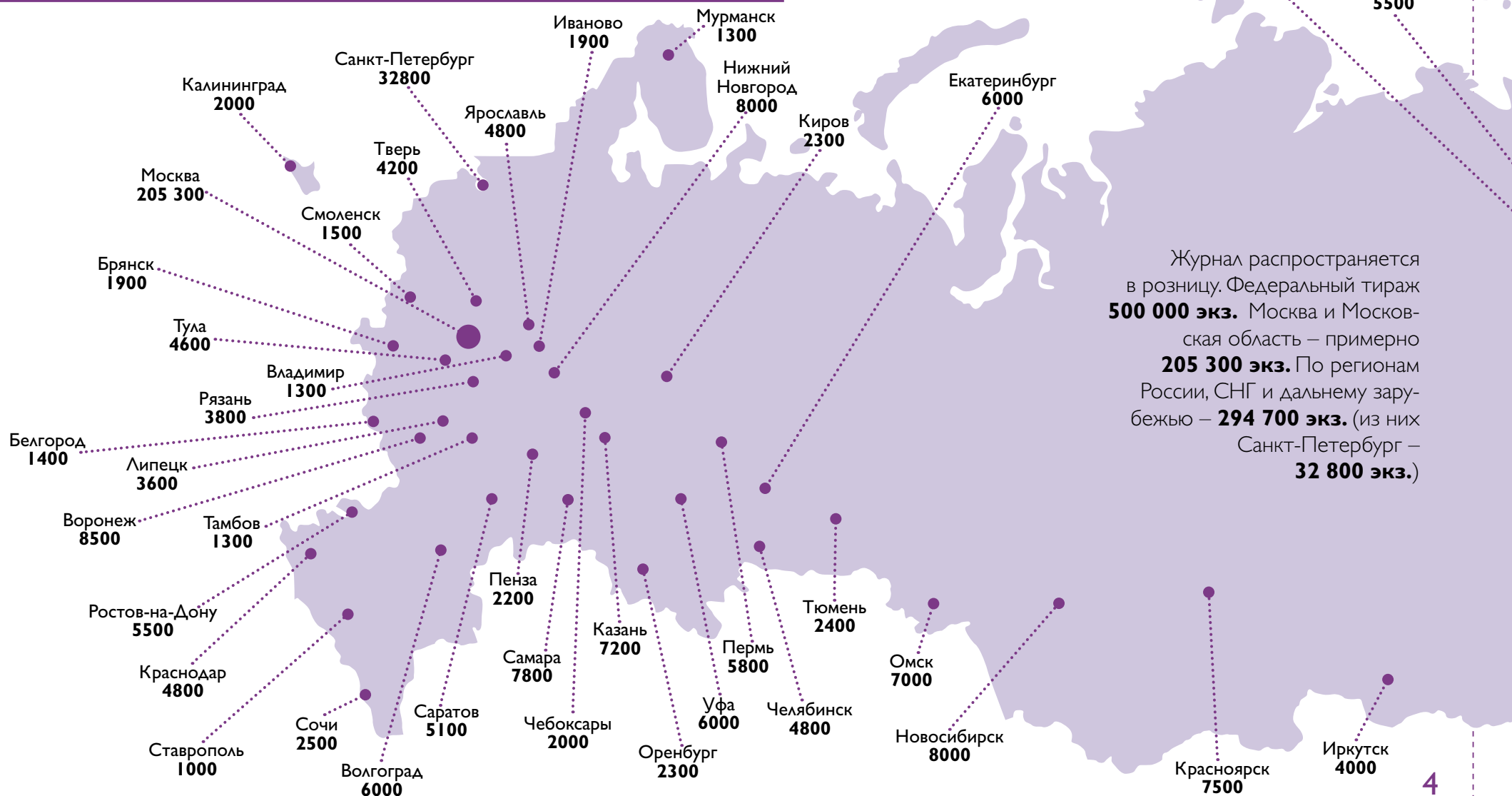
Судба актера

Выбор Коллекции Стиль

Искусство жить



РАСПРОСТРАНЕНИЕ



Журнал распространяется в розницу. Федеральный тираж **500 000 экз.** Москва и Московская область – примерно **205 300 экз.** По регионам России, СНГ и дальнему зарубежью – **294 700 экз.** (из них Санкт-Петербург – **32 800 экз.**)

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ: 552 700 чел.

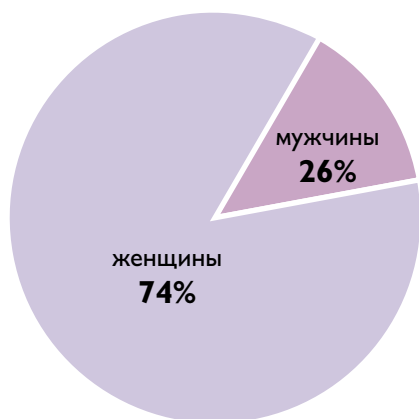
АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА В МОСКВЕ: 192 200 чел.

**СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ
КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН
ИСТОРИЙ ПО РОССИИ: 2 075 100 чел.**

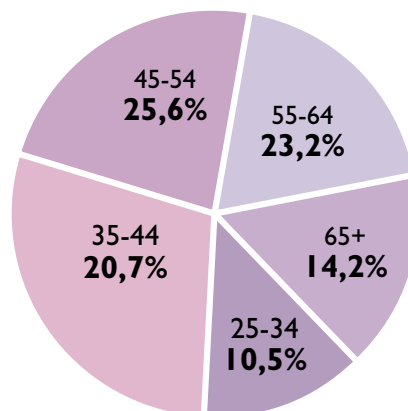
АУДИТОРИЯ

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

1. Пол

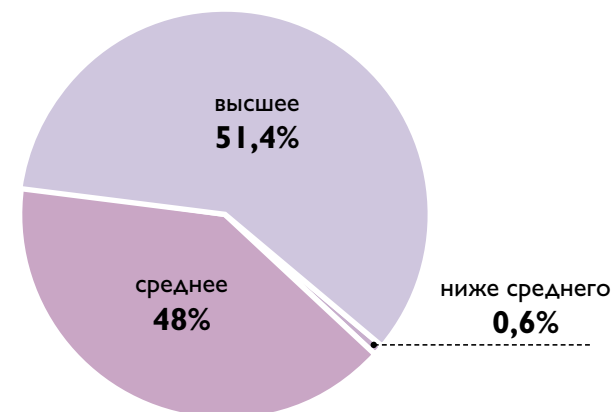


2. Возраст



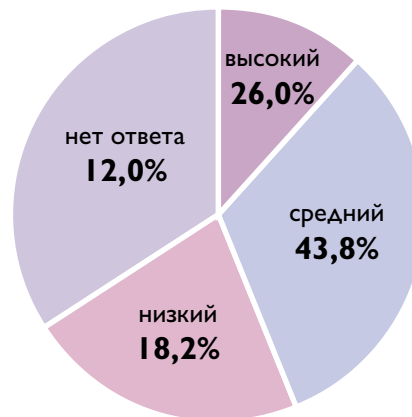
Журнал «Коллекция Караван историй» удовлетворяет интересам практически всех возрастных групп населения.

3. Образование



АУДИТОРИЯ

4. Доход



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

1. 69,8% 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 26%, поскольку опрашиваемые умышленно занижают данные.

РАСЦЕНКИ

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2025

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, руб.</i>
I/1 полоса	450 000
I/2 полосы	290 000
I/3 полосы	200 000
I/6 полосы	137 500
I/32 полосы	46 000
Разворот	710 000
Первый разворот	870 000
Второй разворот	830 000
Третий разворот	780 000
I/1 рядом со словом Главного редактора	530 000
Первая I/1 рядом с содержанием	520 000
Вторая I/1 рядом с содержанием	500 000
I/1 рядом со словом выходными данными	490 000
II обложка	540 000
III обложка	500 000
IV обложка	660 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

НАЦЕНКИ ПРИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ

<i>Позиция</i>	<i>Наценка</i>
Первая половина журнала	45%
Первая реклама определенной категории товара	25%
Размещение 2 -3 макетов последовательно	25%
Размещение 2 макетов на развороте	25%
Размещение в определенной рубрике	25%
Реклама нестандартного размера	25%

ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

РАСЦЕНКИ НА ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» И «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2025

<i>Караван Историй</i>	<i>Размер</i>	<i>Коллекция Караван Историй</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1		1/1	920 000
1/2		1/1	710 000
1/3		1/1	600 000
1/1		1/2	860 000
1/2		1/2	640 000
1/3		1/2	480 000
1/3		1/3	450 000
2/1		2/1	1 500 000
1/1		2/1	1 100 000
2/1		1/1	1 360 000

Расценки не включают НДС.

РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



открытка



рекламный каталог



листовка, купон

Тираж: от 10 000

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 10 000

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
1/1	30 000
1/2	25 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

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

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

Размер	Стоимость, рубль
1/1	25 000
1/2	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

РЕКЛАМА

Роснефть
(193 знака, 8 п)

КРАСОТА В ГАРМОНИИ С ПРИРОДОЙ

Морщины — самый важный и неприятный признак увядания кожи. На их появление влияют как внутренние, так и внешние факторы. К первым относятся возраст, кожа — как правило, сухая, кожа более подвержена преждевременному старению. К внешним — неграмотная или чрезмерная забота о коже, неправильный рацион питания, курение и любовь к пребыванию на солнце без защитных средств.

Соблюдая простые профилактические правила, мы помогаем коже сохранить молодость надолго. Во-первых, страйтесь не умываться водопроводной водой, а использовать минеральную или кипяченую. Во-вторых, на солнце и на морозе всегда пользуйтесь кремами с УФ-фильтрами и откажитесь от солярия. В-третьих, следите за количеством факторов, влияющих на здоровье и красоту, значителен роль играют правильное, сбалансированное питание. Ежедневно употребляйте 90 полезных микроэлементов, 60 минералов, 16 витаминов, 12 аминокислот и 3 основные жирные 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 защищать кожу от вредных воздействий, улучшать работу ее клеток и предотвращать процесс 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 БИО означает, что для их получения были использованы растения, выращенные в экологически чистых уголках планеты. Благодаря экстракту плодов бобровицки и биоорганическому маслу диненной и ночной кремы против морщин возвращают коже лица естественное здоровое сияние. **БИОрепейка** увлажняет естественную выработку коллагена, а **БИОорганическое масло**, содержащее в два раза больше, чем оливкового, витамина Е и полиненасыщенные кислоты, обладает прекрасными питательными, увлажняющими и разглаживающими свойствами. И это не пустые слова.

Создание «испариваемой» после использования **антивозрастных кремов Pure&Natural 67 %** женщины убедились в том, что крем заметно сокращает морщины, 74 % участниц отметили повышение упругости кожи, а 71 % — ослепили в том, что крем предотвращает появление новых морщин.

Нивея
(2383 знака, 8 п)

Металлик
Металлизированные ткани — блестящее решение для свежего осеннего настроения. Новинки в белом и черном.

Сафари
Идеально сшитый тренч, упрямый деним и добротные аксессуары — классический подход всегда актуален.

Модный сезон

Горех + полоска
Триумфально вернуться из подлун. Любая вариация этих принтов поможет создать выразительный образ.

Классика + Ментол
Летний жакет или пальто — классика, не выходящая из моды. Ну а чтобы сделать образ по-осеннему легким, сочетайте их с вещами модного в этом сезоне ментолового оттенка.

Снежная королева
(1170 знаков, 8 п)

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 остаюсь тут свою жену. Поговорите с ней четверть часа, только, умоляю, нигде не отпускайте!

Вскоре опять влетает в магазин.
— Все в порядке! Берите!
За это время Саша успел съездить в парфюмерный магазин, где из-под прилавка ему продали французские духи, с заветным флаконом домчался до настоятельных друзей, преподнес презент, взял в долг деньги — и вернулся в ювелирный.

Почти двадцать лет я прожил в счастливом браке. Без восторженных «А-а-а!» и «О-о-о!» не проходило и дня. Премьера спектакля «Шимок», 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 — прятать «Ты так гениально играешь!» Из каждой поездки подарки — чмодами, цветы — охапками... Принести один цветочек или скромный букет — не из Сашинего репертуара.

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

цветущего шиповника. Накрывши его с дочкой пододеяльниками, чтобы не вылезло, втащили в ванную. И тут же звонит няня Катя, жившая на первом этаже: «Люся, представляешь, какая-то сволочь вырвала шиповник у меня под окном!» Прекрасно знаю, кто эта «сволочь», и боюсь навещать на себе нынчик гнев, кое-как распилили куст и под покровом ночи перетащали частями на помойку подальше 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 командировки. Я наготовила разных вкусов-

6
glenmark
12
МИНУТ

ГЛЕНЦЕТ
АЛЛЕРГИИ ОСТАЛИСЬ
СЧИТАЕМЫЕ МИНУТЫ



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

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

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

История по материалам рекламных кампаний Glenmark, авторская иллюстрация ИРИИ ШКОЛЬНИКОВОЙ

1/2
(горизонтальная)

ПРОЗА ЗВЕЗД

за ним произносит тридцать: отрезаешь от тебя, ситана, со-четавсь тебе, Христос. «Босно-ди, я прики новопросвещенных рабов Твоих», — завершил обряд отец Александр.

Никита, когда все закончи-лось, 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 приезд в Канине за дружную мужскую роль, еще какие-то зна-ковые награды. Был междуна-родный успех, фильм продали в сто двадцать стран. Но Никита был недоволен. Дело в том, что финансировала про-ект найденная Аллой Гарруб-бой итальянская миллионер-ша Сильвия д'Амико, ставшая продюсером. Перед началом съемок они с Михаиловым до-говорились, что ему заплатят определенную сумму. Позже Никита выяснил, что по за-падным меркам это суммы ко-пейки, столько получают на-чиальные режиссеры. Еще больше его раздраждало то, что Сильвия, вложив около четырех миллионов долларов, получила раз в двадцать боль-ше и натурой отказалась делиться процентами от прибы-ли. Мол, так не договарива-лись. Что и говорить, ушлый народ эти миллионеры. Бы-ло обычно, конечно. Разгне-ванной Михайлов больше с-рама не сотрудиничал.

Позже, в 1992-м, Никита разругался и с Аллой. Она считала себя важной птицей.

И могла сказать, например: «Никита! Так писать сценарий неслась. Будешь делать так и так...» — дальше следовали прямые инструкции. Ведь это в России режиссер — царь и бог, а на Западе рунит тот, кто деньги на фильм напел. Знай Никиту, кому себе пред-ставить, как у него переть, ды-бом вставала от таких указа-ний. Он терпел-терпел, но в конце концов рубанул: «Как ты со мной разговариваешь? Пошла вон!»

И выбросил ее из своей жизни, мгновенно забыв, что именно Алла нашла деньги на съемки трех его картин, в том числе и на «Урку», киноа-комедия с полезными лэпид-ми и вывела карьеру Миха-лкова на новый междунаро-дный уровень. Но эти мысли пришли гораздо позже, когда в сам, по сути, оказался в том же положении, что и Алла. Тогда же я Никиту понял и не осудил.

К тому времени его дела в России начали идти в гору. И произошло это, славу без ложной скромности, не без моего участия. Например, в период безденежная созданная им «Студия ТРИТЭ» Никиты Михайлова выпустила кино-фильм «Российский архив», где были материалы, прежде хранив-шиеся в секретных запасах КГБ, к которым Михайлов в детстве нашел лазейку. Если перед кино надо про-дать, заработать на них. Но как Огюстен пару ларьков — не хочет народ покупать! На-до выходить на правительст-

Fa

**НОВИНКА:
ПАРФЮМЕРНАЯ
РЕВОЛЮЦИЯ***

Многokrратное раскрытие аромата и надежная дез-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 неустро-енности 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 неудоб. Если продюсеры просят пораба-тать без обеда, она сразу на-чинает нервничать: «Какое ки-но? Мне Лизанки обед важнее нашего кино! Вначале ребенок поест, а потом все остальное!»

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 родите-лей на съемках. От их при-сутствия падает производи-тельность труда.

Слышу команду «Астеры, на площадку!» А мама: «Не то-ронись, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутер-брод внести!

А благодаря за эту работу. 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-чавших, а я тогда исполнила пять, и его постаново тер-яли, потому что он, как и я, засматривался на чужие но-мера. Я помогла прошагу не-

Сначала мама вела себя ти-хо, но когда поняла, что никто кроме нее обо мне на съемках не позаботится, стала защи-щать от всех неудоб. Если продюсеры просят пораба-тать без обеда, она сразу на-чинает нервничать: «Какое ки-но? Мне Лизанки обед важнее нашего кино! Вначале ребенок поест, а потом все остальное!»

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 родите-лей на съемках. От их при-сутствия падает производи-тельность труда.

Слышу команду «Астеры, на площадку!» А мама: «Не то-ронись, доча. Съешь салатик, потом второе и компот». Она может прямо в кадр бутер-брод внести!

А благодаря за эту работу. 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-чавших, а я тогда исполнила пять, и его постаново тер-яли, потому что он, как и я, засматривался на чужие но-мера. Я помогла прошагу не-

BASILUR
EXCLUSIVE PREMIUM QUALITY
TEA
СОГРЕЙ СВОЕ СЕРДЦЕ ЧАЕМ!

*Источники информации об организаторе акции «Создаем Швецию» в рамках ее проведения, количестве призов по результатам ее проведения, сроках, месте и порядке ее проведения на сайте www.basilur.ru/lottery. Срок проведения акции с 15.12.2014 г. по 15.12.2015 г.

1/3
(горизонтальная)

ГРАФИК ВЫХОДА

ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2025.

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\2025 (199)	Январь	18.11.24	09.12.24	06.01.25
2(200)	Февраль	12.12.24	13.01.25	10.02.25
3(201)	Март	20.01.25	10.02.25	10.03.25
4(202)	Апрель	17.02.25	10.03.25	07.04.25
5(203)	Май	24.03.25	14.04.25	12.05.25
6(204)	Июнь	15.04.25	12.05.25	09.06.25
7(205)	Июль	22.05.25	16.06.25	14.07.25
8(206)	Август	23.06.25	14.07.25	11.08.25
9(207)	Сентябрь	21.07.25	11.08.25	08.09.25
10(208)	Октябрь	25.08.25	15.09.25	13.10.25
11(209)	Ноябрь	22.09.25	13.10.25	10.11.25
12(210)	Декабрь	17.10.25	10.11.25	08.12.25
1\2026 (211)	Январь	17.11.25	08.12.25	06.01.26

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