

КАРАВАН
историй

О К Т Я Б Р Ь 2 0 1 6

О ЖУРНАЛЕ

Журнал «**Караван историй**» — это красочное иллюстрированное издание.

«**Караван историй**» — это самые захватывающие истории, связанные с известнейшими людьми, историческими событиями, традициями.

«**Караван историй**» — это высочайшее качество дизайна и полиграфии, обилие уникальных и оригинальных фотографий и материалов, что определяет восприятие журнала как высокохудожественного издания.

Издается с марта 1998 года. Тираж 245 000 экз. (Октябрь 2016).
Полноцветное издание 196 страниц. Печатается в Финляндии.
Распространение: розничная продажа

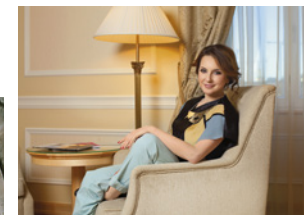


ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ

Love Story



Искусство жить



Настроение



Звездный след



Имена



Династия



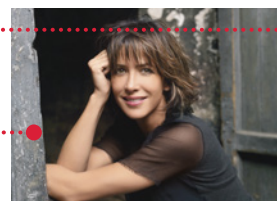
Факт



Фантазии

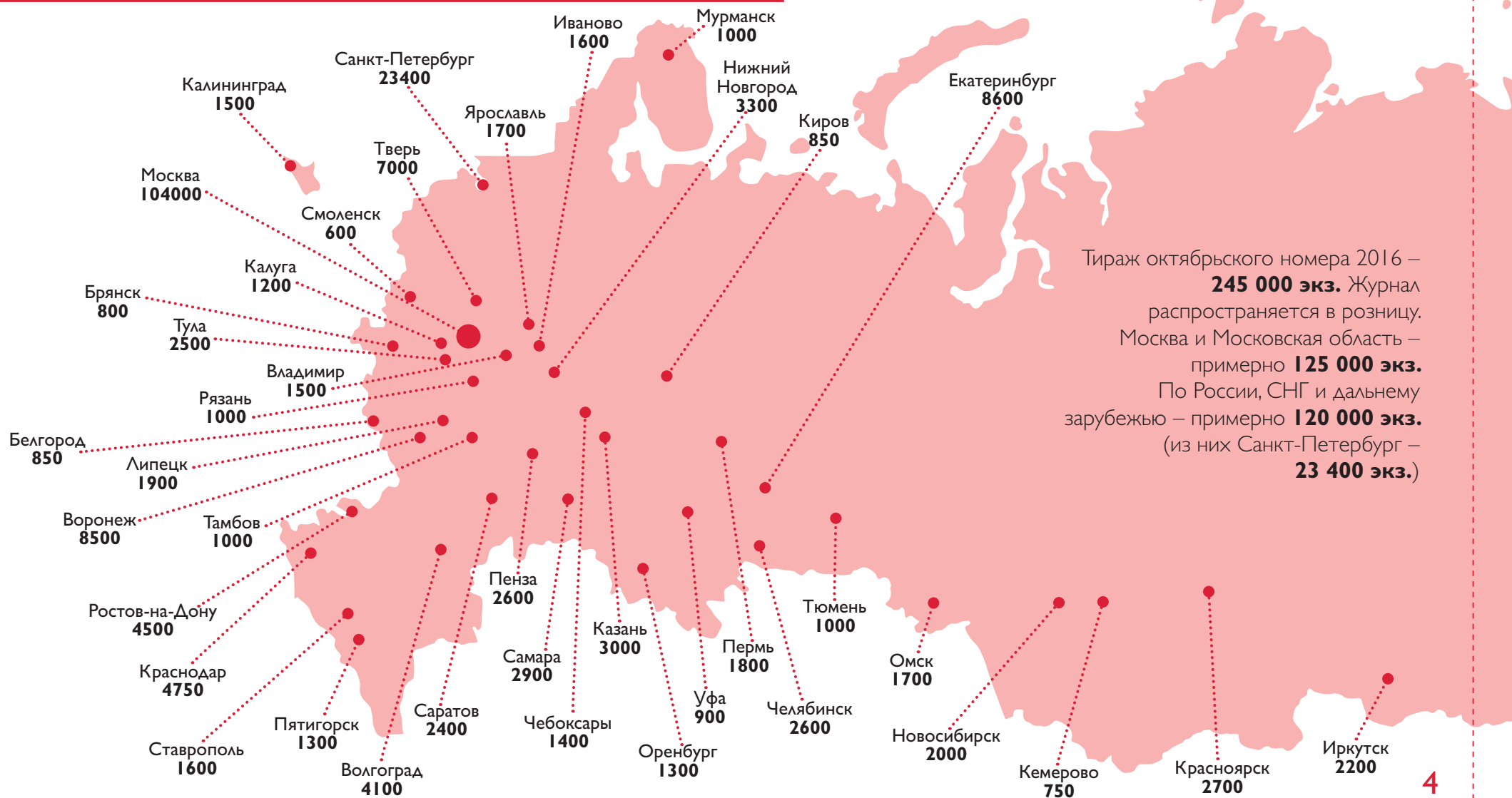


Штрих



Гороскоп

РАСПРОСТРАНЕНИЕ



Тираж октябрьского номера 2016 – **245 000 экз.** Журнал распространяется в розницу. Москва и Московская область – примерно **125 000 экз.** По России, СНГ и дальнему зарубежью – примерно **120 000 экз.** (из них Санкт-Петербург – **23 400 экз.**)

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА В МОСКВЕ

Представляем данные по аудитории одного номера и полу-годовой аудитории наиболее популярных женских и семейных ежемесячных журналов в процентах от взрослого населения Москвы (10 358 300 чел.) и в абсолютных цифрах:

Караван историй	8,8%	906 900
Cosmopolitan	6,7%	689 100
Коллекция Караван историй	5,0%	522 000
Glamour	2,4%	248 800
Домашний очаг	2,6%	267 900
Vogue	1,9%	198 200
Elle	1,5%	153 000
Harper's Bazaar	0,8%	80 300

АУДИТОРИЯ ЗА ПОЛГОДА В МОСКВЕ

Данные по ежемесячным женским журналам (в процентах от взрослых жителей Москвы и в абсолютных цифрах):

Караван историй	21,5%	2 228 400
Cosmopolitan	14,5%	1 505 200
Коллекция Караван историй	11,3%	1 172 200
Домашний очаг	6,7%	695 000
Burda	5,7%	591 300
Glamour	5,5%	568 300
Vogue	4,9%	505 900
Elle	4,3%	445 900
Harper's Bazaar	2,2%	224 800

АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ ОДНОГО НОМЕРА ПО РОССИИ

Аудиторию одного номера по России приведем по данным исследования «TNS Россия» (NRS-Россия, март 2016 – июль 2016) в процентах от взрослого населения (60 905 500 чел.) и в абсолютных цифрах:

Cosmopolitan	6,5%	3 930 500
Караван историй	5,2%	3 181 900
Коллекция Караван историй	2,5%	1 535 600
Домашний очаг	2,4%	1 478 100
Glamour	2,1%	1 297 600
Vogue	1,2%	760 400
Elle	1,0%	579 000
Harper's Bazaar	0,4%	267 500

СУММАРНАЯ АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛОВ КАРАВАН ИСТОРИЙ И КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ

(в процентах и в абсолютных цифрах):

по Москве	12,2%	1 261 700
по России	7,5%	4 717 500
по Санкт-Петербургу	9,1%	407 700

АУДИТОРИЯ

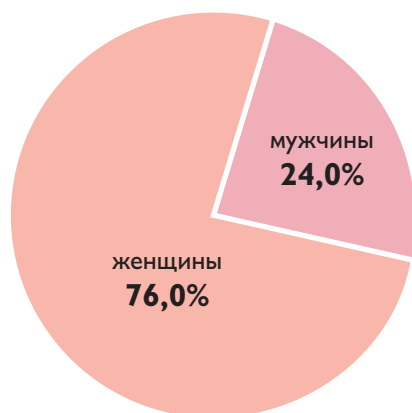
Аудитория одного номера журнала «Караван историй» (NRS-Россия, март 2016 – июль 2016)
в основных округах России (чел.):



АУДИТОРИЯ

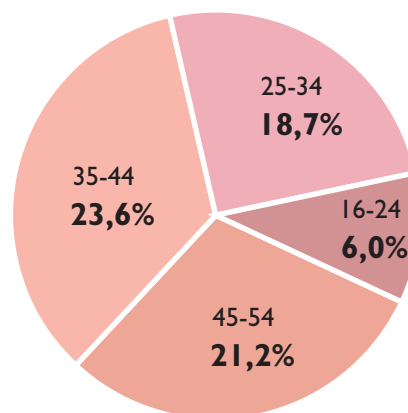
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

1. Пол



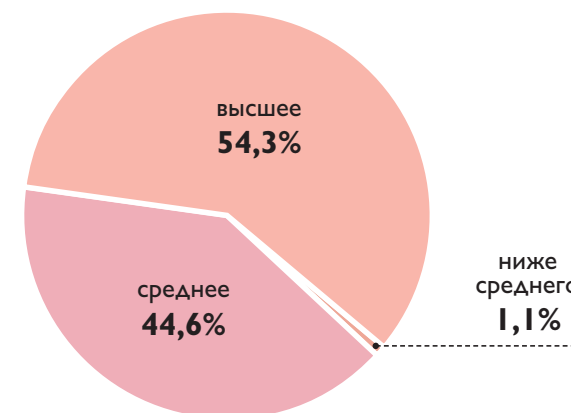
Хотя большинство читателей журнала «Караван историй» составляют женщины, среди его читателей 24% мужчин, то есть журнал более универсален по сравнению с традиционно женскими изданиями.

2. Возраст



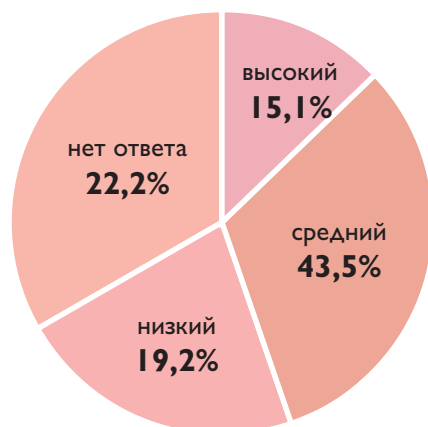
Журнал «Караван историй» одинаково интересен для всех основных возрастных групп читательской аудитории, причем в ней преобладает более потребительски активная группа – от 25 до 54 лет, тогда как большая часть аудитории традиционно женских журналов – молодые читательницы 16-24 лет.

3. Образование



АУДИТОРИЯ

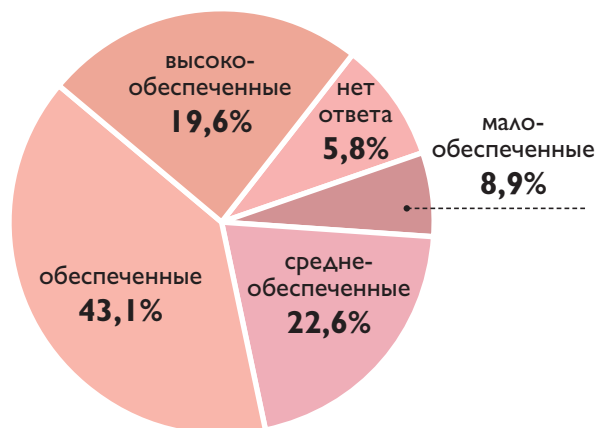
4. Доход



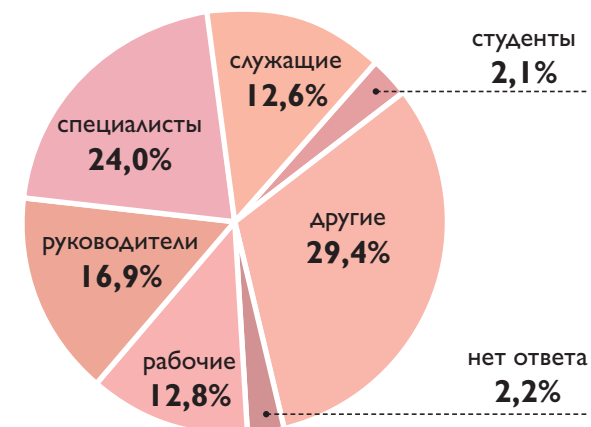
Необходимо отметить, что опрошиваемые в ходе исследования читатели не особенно охотно отвечают на вопрос о доходах – отказались ответить 22,2%. Поскольку при проведении опросов существует тенденция занижения реального уровня доходов, можно предположить, что низкий и средний доход скорее говорят о доходе среднем и выше среднего.

5. Финансовый статус

Финансовый статус определяется исходя из данных о затратах на продукты питания. «Высокообеспеченные» тратят на продукты питания менее 25% семейного дохода, «обеспеченные» – 25–50%, «среднеобеспеченные» – 50–75%, «малообеспеченные» – более 75% семейного дохода. В аудитории «Каравана историй» эти группы читателей занимают следующие доли:



6. Социальный статус



РАСЦЕНКИ

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2017

Размер	Стоимость, руб.
I/I полоса	650 000
I/2 полосы	450 000
I/3 полосы	310 000
Разворот	I 120 000
Первый разворот	I 575 000
Второй разворот	I 380 000
Третий разворот	I 280 000
Четвертый разворот	I 200 000
I/I рядом со словом Главного редактора	800 000
Первая I/I рядом с содержанием	760 000
Вторая I/I рядом с содержанием	740 000
Третья I/I рядом с содержанием	720 000
I/I рядом с выходными данными	760 000
II обложка	930 000
III обложка	780 000
IV обложка	I 200 500

Внимание! Расценки не включают НДС.

РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В РУБРИКЕ «CLASSIFIED» ЖУРНАЛА «КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2017

Формат	Стоимость, руб.
I/4 полосы	100 000
I/8 полосы	60 000
I/16 полосы	35 000

Внимание! Расценки не включают НДС.

Рекламным агентствам предоставляется скидка 15%.

ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

РАСЦЕНКИ НА ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» И «КОЛЛЕКЦИЯ КАРАВАН ИСТОРИЙ», 2017

Размер		Стоимость, рубли
Караван Историй	Коллекция Караван Историй	
1/1	1/1	800 000
1/2	1/1	620 000
1/3	1/1	515 000
1/1	1/2	740 000
1/2	1/2	550 000
1/3	1/2	410 000
1/3	1/3	390 000
2/1	2/1	1 350 000
1/1	2/1	950 000
2/1	1/1	1 180 000

Расценки не включают НДС.

РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

ВЛОЖЕНИЕ ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ



открытка



рекламный каталог



листовка, купон, CD/DVD диск

Тираж: от 50 000 до 245 000 экземпляров (полный тираж)

Возможный регион распространения: Москва и Московская область; Москва, Московская область и Санкт-Петербург; регионы России (без возможности выбора отдельного региона)

Стоимость зависит от тиража и объема вложения.

РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

ПРИКЛЕЙКА ОБРАЗЦОВ ПРОДУКЦИИ



**образец продукции
на развороте**



**образец продукции
на полосе**



**дисконтная карта, открытка,
купон**

Клеится на рекламный макет площадью 1/1 полосы или разворот.

Тираж: от 50 000 до 245 000 экз. (полный)

Возможные регионы распространения: Москва и Московская область; Москва, Московская область и Санкт-Петербург; регионы России (без возможности выбора отдельного региона)

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 28 дней до даты выхода. Образцы на тестирование в количестве 150 шт. доставляются на адрес Издательства.

Срок поставки готовой рекламной продукции – за 4 дня до даты выхода издания

Условия работы со спец.проектами в Финляндии – по запросу.



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 «КАРАВАН ИСТОРИЙ»

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

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	50 000
1/2	35 000
1/3	25 000
2/1	80 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	20 000
1/2	15 000
1/4	12 000

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).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
1/1	60 000
1/2	45 000

Верстка оригинал макета (при готовом тексте).

<i>Размер</i>	<i>Стоимость, рубли</i>
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

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 недавно средство, которое показало, как я ошибалась...

Я выгляжу моложе своих лет, но признаю: старения дает о себе знать. Когуру лица не такой четкой, часто появляется ощущение стянутости кожи, ну и, конечно, морщины, которые проступают, когда улыбаюсь, устаю, усталась. В общем, типичные признаки — обманываются все более внятно.

Пробовала антивозрастные кремы, но они мне разочаровали: окисляемого косметического эффекта не наблюдалось. Ни одного чудеса в бутылках глаз не проявил, как хотелось бы. И подумала, что зря же чудю от антивозрастных кремов — по всей видимости, нет таких средств, которые поистину повернут время вспять. В общем, в течение нескольких месяцев и пользовалась только увлажняющими средствами, хотя и не была довольна результатами.

Впрочем, недавно встретилась с институтом подругам заставила меня поменять свою точку зрения. Одна из них пришла заветно поглаживая и опирающейся. Намного особенно всего лишь новый крем... объяснила она нам. Мы сначала даже не поверили — чтобы от крема такой эффект? Оказалось, это крем Revitalift Лазер x3 от L'Oréal Paris, который дает эффект, сопоставимый с лазерной процедурой, уже после двух недель использования.

Этот крем, а также омолаживающий крем подутри меня вдохновили. К вопросу о подпитке обстоятельно пришла дневной крем с регенерирующим кремом для глаз Revitalift Лазер x3. Мне тоже нравилось сияющее молодостью лицо. Причем не стоило, а все сразу!

Когда впервые нанесла дневной крем, ответила наисмелнее, но в то же время легко текстуру. Это как раз то, что хотела моя кожа, на которой ощущалась сила рабочих средств и жидких перламутров. Еще из первых впечатлений очень приятно наносить крем для глаз с помощью специального аппликатора — неосознанно еще долго ощущаешь прохладу. Я стала повторять эту процедуру в течение дня и в офисе — и с удовольствием заметила, что морщины под глазами полностью пропали! Возвращающаяся морщинам результативная, приобрела еще и ночной крем-маску Revitalift Лазер x3 — и уже на следующее утро я увидела обновленное лицо, что кожа заметно разгладилась и приобрела здоровый блеск.

Возвращающаяся, и начала регулярно пользоваться новым приобретением. Но и блеском и полностью поправилась в лицо.



Татьяна, 41 год, менеджер

лучшие 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 удовольствием отметил, что не чувствую своего отражения в зеркале. Конечно, морщинам заметно уступилось, овал стал четче... и была буквально поразена тем, насколько обожженной и подтянутой выглядит моя кожа, насколько более вертикальным и молодым стал взгляд. Определенно современные антивозрастные средства gamma Revitalift Лазер x3 делают свое дело!

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



L'Oréal
(3043 знака, 8,5 н)

К высотам кулинарии — с шедеврами техники



Хорошо, императоры Ватика, фригидные немцы, гадителем лека, Царьство, Ере и милое сердце, несмотря на все трудности, которые возникают в процессе работы, и не смотря на то, что работа не всегда так проста, как кажется, и не смотря на то, что работа не всегда так проста, как кажется, и не смотря на то, что работа не всегда так проста, как кажется...

Сегодня каждый, кто любит готовить, может проявить на домашней кухне привнеси реальное морозильное оборудование. Чтобы не отставать от трендов, все больше людей предпочитают расширять и выбирать оптимальную кухню — расторгать и выбирать оптимальную кухню — расторгать и выбирать оптимальную кухню...

Строгая легитимность делает эту технику желанной даже на очень стильной и изысканно обставленной кухне: корпусы приборов выполнены из тех же высокопрочных металлов, которые используются в производстве «мерседесов» и «БМВ».



Philips
(4357 знака, 8,5 н)

РЕКЛАМА

Дайте возможность этой коллекции для того, чтобы приготовить парфе — старинный французский замороженный десерт, считающийся одним из «шедевров» современного мороженого. Основы любого парфе — комбинация с сахаром сливок, ароматизированные ванилью, кофе, каша или шоколад и замороженные. Как дополнение могут использоваться коблетье: свежие яблочки и даже густая сметана (с помощью миксера от Philips для удобства выбрать любой ингредиент меньше чем за минуту).

Важно: все ингредиенты должны быть очень хорошо охлаждены. Рекомендуется поджарить в духовке даже фрукты до тех пор, как в них будет выжигаться влага. Для качественной заморозки готового продукта лучше всего оставить его в более объемном сосуде, например: в виде кубиков, в пакете или в форме стержней и выложить в моро-

зильную камеру прибора. Чтобы приготовить парфе, вам понадобится 2 яблочки, 3 столовые ложки кокосового масла (Малайзия, «Калана», «Ароматический Мир»), 175 г сахарной пудры и 400 мл сливок для кофеина.

Для приготовления соуса потребуются 800 г сливок для выпечки. Превратить их в крем можно с помощью миксера Philips. Сметать маслом и покрыть пышной пышной формой для выпечки. Выбрать десерт с мякотью соли и полностью поглотить.

125 г сахара залить 4 столовыми ложками воды и медленно вываривать до растворения. Когда сахар растворится, добавить часть отчая и кипятить 3 минуты.

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

В другой посуде выбрать желтки с оставшимся сахаром. Добавить лимон. Выбрать сливки из образования пышной, сверкающей формы пены. Аккуратно соединить желтки со сливками, затем добавить коблетье белок. Перемешать смесь в подготовленной форме и разложить сироп. Поместить на 3 часа в морозильник.

Маленькие порции и пропитать, поместить в кулинарный пакет и как следует взбить. Чтобы соус не был слишком густым, можно добавить пару столовых ложек сахара. Перед подачей готового парфе на стол выложить в охлажденные формы соев. Сверху выложить парфе. Украсить ягодами.

Приветствуем вас!

ПРОЕКТЫ ADVERTORIAL

ПРИМЕРЫ ADVERTORIAL:

СБЕРБАНК РАСКРЫВАЕТ КАРТЫ



Н ачать новую жизнь можно с понедельника, а можно — с новой кредитной карты. Это значит — не думать о том, сколько денег в кошельке, совершая покупки в супермаркете, не считать дни до зарплаты, ломаясь на бензоколонку. Показать себя современно и просто — это новая карта Сбербанка. Не вычитать, когда спишь, и в какой-нибудь вечер с собой и поехать — в отпуск, где ее хранить, чтобы не потерять. В наше время расплатиться кредитной картой так же естественно, как пользоваться мобильным телефоном и Интернетом. Это современно и удобно: средства для платежей, хотя иногда пользоваться кредитной картой в нашей мере вам мешает предубеждение.

Вы привыкли расплачиваться только так, что вы не привыкли? Но в нашем быстро меняющемся мире деньги могут неожиданно загореться в любой момент: не спарте уже о компьютерном, отключке или отключе. А новой сумки может не оказаться при себе... Присмотритесь к новой карте Сбербанка — она так удобна, что хранит ваши средства, с ней можно быть уверенным, что деньги всегда под рукой, и при этом они — в безопасности. Кроме того, кредитная карта позволяет платить за покупки, а расплачиваться прямо здесь и сейчас. Вместо того чтобы пересчитывать деньги и искать, не променял карман или не вынул лишний из кармана, просто достаньте новую карту. Вы можете сделать покупку независимо от суммы, которую вы хотите оплатить, и не беспокоиться о сумме. Карта выдает и в случае, если неожиданно появились непредвиденные расходы, и отменяет лишние списания на интернет-материалы по привилегиям карты. Вы можете спокойно расплачиваться на такие случаи. В том случае, когда неожиданно появились кредитные средства. Карта — это возможность совершить непредвиденные и разумные покупки, совершить даже до зарплаты, не занимая у друзей или близких. Кредитная карта Сбербанка позволяет не думать о деньгах, а наслаждаться возможностями свободного распоряжения средствами — на отдых и новых знакомств. Карта Сбербанка — надежный, удобный и современный способ оплаты ваших покупок и услуг по всему миру, а также в сети Интернет.

Не беспокойтесь, что вы не можете контролировать расходы или потратить больше, чем планировали? Во-первых, для кредитных карт Сбербанка действует лимитный кредитование: до 50 тысяч в течение которого вы можете пользоваться кредитными средствами без процентов. Если на полностью погасите сумму

сумму задолженности до даты платежа, указанный в отчете по карте, процент за использование кредита не вычитается, то есть кредит будет бесплатным. При этом важно помнить, что льготный период не распространяется на снятие наличных. Максимальная сумма доступа к кредитным средствам — от 15000 до 60000 рублей. Во-вторых, контролировать денежные средства свои расходы можно через удобные сервисы «Мобильный банк» и «Сбербанк Онлайн». Таким же способом можно погасить свою задолженность. Пополнить баланс на карте за несколько минут можно и через банкоматы или терминалы банка, а также бесплатные переводы. Доставка новых сервисов («Сбербанк Онлайн», «Мобильный банк», банкоматы и терминалы) доступна как 24 часа в сутки — то есть вы в любой момент можете узнать состояние счета и пополнить баланс любой картой. Если вы уже являетесь клиентом Сбербанка, например, получаете через него зарплату, то оформить кредитную карту намного проще, чем когда в долг у знакомых. Для оформления вам понадобится лишь паспорт, а процесс оформления займет всего лишь несколько минут.

Естественно, с чем надо определиться, — это какая именно карта вам подходит больше всего. Сбербанк предлагает несколько вариантов кредитных — с классической классической, карта международной, специальные карты для молодежи и даже карту с благотворительной программой, выходящая совместно с благотворительным фондом «Помощь жизни». Так, оформив ее, вы можете не только пополнить зарплату от компаний, но и совершить добрые дела, ведь с каждой покупкой банк перечисляет в благотворительный фонд «Помощь жизни» 4% процентов и добавляет такую же сумму за счет собственных средств. Эти деньги идут на помощь людям с ограниченными возможностями.

Пользуясь кредитными картами Сбербанка, вы можете спокойно распоряжаться деньгами, принимать нужные вам решения и жить полной жизнью здесь и сейчас.



СМД «Сбербанк России» Генеральный директор Банка России на государственном банковском надзоре № 1-01 от 08.08.2012.

Сбербанк
(4445 знаков, 8 п)

Осень в большом городе



Время года осень — это время, когда хочется обновить свой гардероб. Мы предлагаем вам выбрать одежду из коллекции «Осень в большом городе».

- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 6 998 руб.
- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 3 998 руб.
- Жакет на пуговицах с мехом в воротнике — 10 998 руб.
- Жакет на пуговицах с мехом в воротнике — 10 998 руб.
- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 6 998 руб.
- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 11 998 руб.
- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 6 998 руб.
- Пальто на пуговицах с мехом в воротнике — 10 998 руб.

Полный гардероб от SAVAGE

SAVAGE
осень-зима 2013/14

Что советует житель мегаполиса в этом сезоне? Новая линия верхней одежды Savage осень-зима 2013-2014 дает ответ на вопрос о том, как должны выглядеть настоящие мужчины и модные представители города. Представительны городского пола, несмотря на расу, остаются женственными и нежными. Выбор моделей широк и разнообразен: джемперы, пальто, куртки или пуховики с зигзагными элементами на талии — именно то, что нужно городской моднице, чтобы чувствовать себя комфортно. А из обуви прежде всего — удобная функциональная кожаная обувь. Минимум кляшек, удобные каблуки, водонепроницаемая полипропиленовая подошва, долговечность и легкость в уходе... Таких достоинств не оставит равнодушными практичные мужчины, а разнообразие моделей позволит вам подобрать именно то, что подходит их стилю и образу жизни.

www.savage.ru
адрес интернет-магазина store@savage.ru

Savage
(620 знаков)

ВЕСЕННЕЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ВМЕСТЕ С ПРИРОДОЙ



Весна — время расцвета и преобразования. С первым лучом весеннего солнца в нас просыпается желание обновиться, избавиться от старых привычек, набраться бодрости и сил. Мы хотим выглядеть в себе энергично, повысить градус настроения и в меру сиять радостью и счастьем.

А сколько интересных дел ждет нас весной! Мы все хотим строить, свершать, делать, воплощать на благо себя, семьи, друзей, в первую очередь — на благо нашей страны. Мы хотим развиваться и совершенствоваться, становиться лучше, добрее, сильнее, активнее, успешнее. И для этого нам нужна энергия, сила, позитив, радость, уверенность, оптимизм, желание жить.

Мы, наши желания, мысли не всегда соответствуют действительности. Порой вместо ожидаемого прилива бодрости и сил, с наступлением весны они наоборот: вялые, сонные, апатичные, и тревожа заботами, а дополнительного волнения, тревоги так и не происходит. Но не стоит паниковать, мы знаем, как исправить ситуацию.

Всегда — преобразование и радость жизни, когда можно наслаждаться солнечными лучами, солнцем и погрузиться в теплые объятия. Смейтесь, шутите и еще чаще дарите своим друзьям улыбки и позитив. И помните, что улыбка — это лучшая защита от любых неприятностей. И если вы хотите, чтобы мир вокруг вас был ярким, радостным, наполненным любовью, то начните с себя. Начните с улыбки.

Получить витаминный комплекс Мультифорт можно в аптеках, магазинах, супермаркетах, на интернет-сайте www.multyfort.ru.

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВОМ

ИСТОЖИВО ЖИТЬ

боясь, страшно... В очередной раз встретившись на дискотеке, и пригласив ее на танец. Надо заметить, Лера пришла в клуб не одна с парнем. Поэтому во время танца и возможно комплиментов — очень бурно ответила девушка. Что значит «свободные отношения» и не помню. Хотя доказала, что Лера пришла не одна, потому что и за ней поужинала. После еще пару раз мы стали общаться случайно, а потом ее парень догнал ее в клубе (она сидела на полу). Он тоже занимался музыкой и попросил меня вступить в группу «Мобильный». Большой привет! Теперь мы с Лерой начали встречаться еще и на работе. Недавно мы поехали в гости к ее родителям, в котором настоянно общались, переписывались. Ничего не помню, о чем мы все время говорили и что это так весело! Вскоре стало ясно, что мы должны поехать в Ямало-Ненецкий округ.

Я никогда не был фанатом собак. Годы мы с Лерой проводили вместе без нормов регистрации, любви. Активно предавать появились начала это по из-за нас. Не помню, как было знакомство в этом вопросе... Вероятно, Лера, потому что видеть девочку задрать и отпугивать — наверное, нечего сказать. Я, конечно, не ворахал в чужой бы и не в чужой бы, а в чужой, в равнестве, вместе, вместе. Так и повелось, мы было 20 лет, жени — 18. Зрелище, взрослые люди.

— А как в яму, яму, веревка, муфта?

— Авторам на гитаре мне показал брат. Я записал... А потом слышал голос. Привык учиться жить заново. Чтобы не травмировать потому сосиской, ора и поучаству. Смысл не вине мечты, а не оставил меня в яму. Теперь они начали скандировать в яму.

Наконец, судьба моя возмужала четкие рамки — «мемориальным музеем» — вот кем я стану? О чем и ясен и явился. «Робота, все в порядке!» Я помню, как мы думали о том, что я буду лучшим музыкантом, мы заработаем кучу денег, и все выйдут. Начавшись годы под фантом «стану лучшим музыкантом», и в итоге все превратилось «стану лучшим» — моя жизнь была уже порядком всех раздражала. События Лера.

Когда женщина и женщина явилу вместе, у них появилось же. Родился наша первая дочь Янина. И вот... Так же не

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

надоело нести эту хрень? — грозно вопрошала меня молодая жена. — Ты работайш подделкой! Посмотри на нас! Нам нечего жрать, нечем кормить дочку. Мы поужинали со своим номером на неделю и одно яблоко в день, а сами сами картошку с грибами, которые — ура! — не стоят ничего, потому как найдены в лесу. Самое ужасное заключалось в том, что и глубине души и помню — жена права. Но подходить ничего не мог. До сих пор помню, как мой шеф, в который я пошел, как-то поухаживал

Мультифорт
(2156 знаков, 9 п)

РАЗМЕРЫ

РАЗМЕРЫ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ

1/1	230 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная	230 x 142 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 горизонтальная (в формат)	198 x 127 мм
1/2 вертикальная	112 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/2 вертикальная (в формат)	96 x 260 мм
1/3 горизонтальная	230 x 97мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 горизонтальная (в формат)	198 x 82 мм
1/3 вертикальная	78 x 295 мм (плюс 5 мм по краям)
1/3 вертикальная (в формат)	62 x 260 мм
1/4 вертикальная (в формат)	96 x 128,5 мм
1/8 горизонтальная (в формат)	96 x 62 мм
1/16 вертикальная (в формат)	45 x 62 мм

ОБРАЗЦЫ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ, ЗАВЕРСТЫВАЕМОЙ В ФОРМАТ

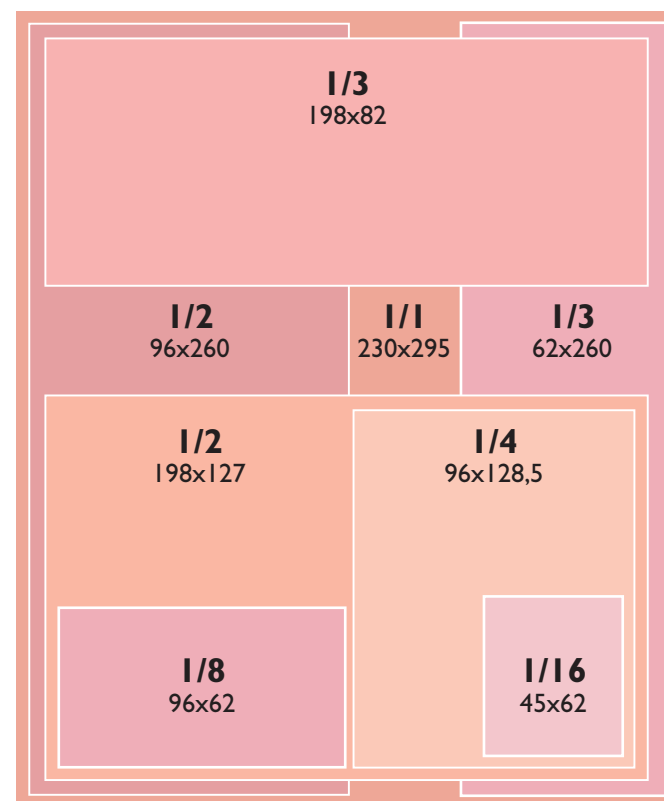


ГРАФИК ВЫХОДА

ГРАФИК ВЫХОДА, СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ В ЖУРНАЛ «КАРАВАН ИСТОРИЙ» 2017г.

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

№	месяц	Последний день заявки и подачи материалов на проекты advertorial и спецпроекты*	Последний день заявки на стандартную рекламу и предоставление макета	тираж в Москве
01	Январь	24.10.2016	21.11.2016	19.12.2016
02	Февраль	05.12.2016	16.12.2016	23.01.2017
03	Март	19.12.2016	23.01.2017	20.02.2017
04	Апрель	30.01.2017	20.02.2017	20.03.2017
05	Май	06.03.2017	27.03.2017	24.04.2017
06	Июнь	03.04.2017	21.04.2017	22.05.2017
07	Июль	10.05.2017	26.05.2017	26.06.2017
08	Август	05.06.2017	26.06.2017	24.07.2017
09	Сентябрь	03.07.2017	24.07.2017	21.08.2017
10	Октябрь	07.08.2017	28.08.2017	25.09.2017
11	Ноябрь	04.09.2017	25.09.2017	23.10.2017
12	Декабрь	02.10.2017	23.10.2017	20.11.2017
01/'18	Январь	30.10.2017	20.11.2017	18.12.2017

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

IPAD-ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

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

Установок приложения – более 180 000.

Количество скачиваний одного номера – 28 000 – 30 000

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

Период размещения – 1 номер

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