



L'èxit d'una campanya

Els vídeos de la sèrie *Mediterrània* han tingut una gran acceptació entre els lectors d'EL TEMPS i han contribuït a multiplicar-ne la difusió.

Durant les nou setmanes que EL TEMPS ha adjuntat a la revista un vídeo de la sèrie de divulgació medioambiental *Mediterrània*, les vendes s'han incrementat espectacularment. La difusió mitjana del setmanari ha pujat fins al 28.000 exemplars.

També han augmentat força el nombre de subscriptors, ja que molta gent no ha volgut deixar escapar l'oferta de rebre com a regal la col·lecció sencera dels nou vídeos editats. Aquesta oferta s'ha prorrogat per la resposta massiva obtinguda.

Les peticions de vídeos endarrerits o dels que, per diverses raons, no han arribat correctament als domicilis dels subscriptors demostren el gran interès suscitat per la iniciativa d'EL TEMPS. L'èxit era previsible, donada la gran qualitat de la sèrie *Mediterrània*, dirigida per Ramon Folch i emesa en repetides ocasions per TV3, que ben recentment va obtenir el premi "Els millors de la dècada" entre totes les sèries de divulgació produïdes en deu anys

per la televisió autonòmica catalana.

Ha estat molt ben acollit també el fet que, amb els vídeos, cada setmana s'encarressin al centre de la revista vuit pàgines especials, amb explicacions sobre el capítol corresponent de *Mediterrània* i altres informacions complementàries (medi ambient, dieta mediterrània...). Tant aquestes pàgines especials com tota la campanya d'editatge i distribució dels vídeos han estat possibles per la col·laboració de diverses institucions públiques.

"Ni una pàgina de més". Per tal de reforçar la promoció, EL TEMPS va encarregar una campanya publicitària, el suport principal de la qual va ser un spot televisiu. Aquesta campanya ha rebut elogis unànimes per la seva força i originalitat. L'anunci —amb un eslògan contundent: "Ni una pàgina de més"— s'ha emès per Canal 9, TV3 i Canal 33. Una idea semblant s'ha introduït en espais publicitaris insertats en els principals diaris i revistes dels Països Catalans. Durant to-

ta la campanya, aquests anuncis han inclòs també alguns dels continguts informatius del setmanari.

Finalment, s'ha fet una edició de 6.000 pòsters a tot color amb la frase: "Mediterrània, la millor sèrie audiovisual sobre les relacions ente l'ésser humà i la natura. Cada setmana un vídeo gratis amb EL TEMPS". Aquests pòsters s'han repartit pels comerços de l'àrea metropolitana de Barcelona i de Mallorca.

El balanç plenament positiu d'aquesta iniciativa del nostre setmanari s'afegeix al de campanyes anteriors (*Tirant lo Blanc* en fascicles, "Tems de rock"...), que tenen en comú la decisió de posar a l'abast dels lectors productes o manifestacions culturals de gran interès però que per raons diverses no arriben fàcilment al gran públic. Aquesta filosofia coincideix plenament amb la del producte que teniu a les vostres mans. Propostes i idees per a la pròxima campanya no en falten. No tardarem a tornar a sorprendre agradablement els lectors.

EL TEMPS