

# DOSIER

# La Express

Un proyecto de **noletia**

Parque Empresarial Los Llanos. C/ Castilla y León, número 251. Primera planta, puerta 102. CP:  
41909 Salteras (Sevilla)

[comunicacion@noletia.com](mailto:comunicacion@noletia.com)

Distribución y publicidad: [luis.martin@noletia.com](mailto:luis.martin@noletia.com)

# INTRODUCCIÓN

## Una evolución lógica



**E**n diciembre de 2003 iniciamos nuestra aventura editorial en el ámbito del periodismo cultural: lanzamos LaTeatral

En poco tiempo fuimos referente de la comunicación en artes escénicas en España, y especialmente en Andalucía, donde cubrimos un hueco que aún hoy sólo ocupamos nosotros

En 2009 decidimos ampliar: LaTeatral queda como revista especializada, más analítica y técnica.

En abril de 2009 lanzamos LaExpress, concebida en principio como un brazo de LaTeatral, más dedicada al ciudadano, a las ofertas de artes escénicas y culturales, vinculando todos sus contenidos al ocio.

Pronto LaExpress va creando su propio camino. En octubre de 2010 da el giro definitivo para convertirse en una revista cultural, ampliando a todos los ámbitos posibles: cine, música, exposiciones, arquitectura, artes plásticas, artes escénicas, etc.

# FILOSOFÍA de **LaExpress**

## **LaExpress**

Es una revista que quiere presentar la cultura como alternativa constante de ocio

Está orientada completamente al ciudadano, por ello utiliza un lenguaje sencillo, directo, y siempre se pone en el lugar del público potencial.

Nuestro principal objetivo es crear públicos para la cultura. Por eso es y será gratuita, sin renunciar a la calidad como baza principal.

LaExpress ha de ser atractiva, tanto en contenidos como en maquetación y tratamiento gráfico.

LaExpress es una revista cultural, no una agenda de ocio, lo cual implica:

### Calidad en los contenidos y planteamiento estético

- Mayor profundización en los temas
- Especialización
- Perfil de público más claro

# PERFIL del lector



**P**or sus contenidos y maquetación, LaExpress tiene un público inquieto, curioso, crítico, ávido de nuevas propuestas con las que invertir su tiempo.

El perfil responde a un lector urbano, de nivel cultural y socioeconómico medio-alto, de entre 20 (últimos años de universidad) y 45 años.

# CARACTERÍSTICAS técnicas

**L**aExpress es una revista a todo color, tamaño A5, con papel Estucado mate de 125 gr.

Se edita mensualmente, con 9 números anuales (solo paramos en julio, agosto y septiembre).

La tirada es de 10.000 ejemplares.

Se distribuye principalmente (en orden según número de ejemplares) en Sevilla, Granada, Málaga y Córdoba. Pero enviamos revistas a otros puntos de España, sobre todo festivales y eventos culturales.

# CONTENIDOS

## secciones

### ESTE MES

Espacio comercial, al inicio de la revista, dedicado a las propuestas más destacadas del mes.

### ACTUALIDAD

Noticias diversas sobre la actualidad cultural más interesante e inminente

### VIAJES CULTURALES

Con esta sección rompemos las barreras clásicas de nuestra distribución (Sevilla, Málaga, Granada y Córdoba) y sugerimos otras propuestas más allá de estas provincias. No lo olvidemos: queremos vincular cultura y ocio, y los viajes con sentido cultural son una manera de hacerlo.

### CARTELERA

Es una de las secciones principales: toda las posibilidades con las que invertir el tiempo.

### FORMACIÓN

Es otra de las secciones más importantes. Queremos que la cultura resulte lo más cercana posible. ¿Qué mejor manera que vivirla desde dentro, con un curso de danza, de teatro, de pintura, de fotografía...?

# PERFIL comercial

Los anunciantes más directamente relacionados con los contenidos son iniciativas y proyectos culturales como: festivales, ciclos, eventos, espacios escénicos, galerías de arte, escuelas, museos, cines, librerías, salas de conciertos,...

También se anuncian en LaExpress los artistas que van a estar en programación: conciertos, compañías de artes escénicas, artistas plásticos.

Aquellos espacios no vinculados directamente con la cultura, pero que tienen contenido cultural y de ocio, permanente o puntual: parques, centros de juego y de ocio (boleras, paintball, billares, karting, etc), empresas de multiaventura y actividades en la naturaleza, parques temáticos y/o de atracciones.

Otras opciones clásicas de ocio: bares, pubs, cafeterías, restaurantes, hoteles.

Por nuestro perfil de lector, marcas comerciales y establecimientos de ropa, complementos, agencias de viajes, etc., dirigidos a un público urbano, de nivel socioeconómico medio-alto y de entre 20 y 45 años.

