

pubblicità mondadori

MONDADORI PUBBLICITÀ S.p.A. - VIA S. PIETRO 12 - 20121 MILANO - TEL. 02/76001 - TELEFAX 02/76002

giugno-luglio 1979

Novare Inghilterra
dalla
Mondadori-Edizioni S.p.A.
di Lombardia/Brescia/Brescia

Linea Italiana
un reading-room
di moda
di Federico Fellini

Linea Italiana
una notte
e il parlare di lei

Parigi 4-11 maggio 1979
di Linea Italiana

Il Brogliaccio
a la pari tu con
gli amici di Trieste



MONDADORI PUBBLICITÀ

NUOVE INIZIATIVE DELLA MONDADORI-ESPANSIONE S.p.A.



Roberto Marini
Presidente S.p.A.
Mondadori-Expansione
& Gruppo Editoriale

Nell'ambito del Gruppo Mondadori, la casa editrice di Espansione - il noto mensile di economia e finanza - ha intrapreso la strada delle riviste tecnico-professionali. Quattro anni fa essa venne fondata con capitali congiunti della Mondadori e della McGraw-Hill, importante casa editrice americana del settore.

Recentemente, è stata tradotta modificandone la ragione sociale da Mondadori McGraw-Hill S.p.A. in Mondadori-Expansione S.p.A. e con la casa americana è iniziato un accordo di collaborazione, un vicendevole e proficuo scambio di idee e di esperienze.

Oggi l'affermazione del mensile Espansione come valido ed efficace strumento di informazione economico-finanziaria, gli sforzi sono stati rivolti ad articolare, con forme diverse, l'offerta editoriale nei più diversi settori che compongono l'economia nazionale.



Da questa volontà realizzatrice sono derivate i primi «supplementi settoriali» che coprono una parte degli interessi più generali di Espansione, sono numeri supplementari della rivista che operano di diritto solamente a coloro che sottoscrivendo l'abbonamento a Espansione hanno dichiarato di operare nello specifico settore su quale è dedicato ogni supplemento.



In questo modo anche i messaggi pubblicitari contenuti nei supplementi, acquistano valore della certezza che essi vengono letti solamente dagli interessati. Il discorso che la Mondadori-Espansione S.p.A. vuol fare è però molto più ampio e i supplementi ne sono solo un aspetto. Ecco perché quest'anno due grandi settori sono stati affrontati con nuove e significative iniziative.

— il settore delle informazioni di marketing, acquisendo, potenziando e promuovendo la colla-

ta «L'Informark» - dati e documentazione sui mercati italiani.



— il settore dei trasporti su strada, che è parte già disponibile per un mercato nazionale, anzi una duplice iniziativa: Autotrasporto e Tattocamion.



Tra i nuovi iniziative dunque Autotrasporto, Tattocamion e L'Informark, è una concreta testimonianza di come la Mondadori-

