



MONDADORI

Arriva il nuovo settimanale economico di Mondadori

Economy: linguaggio chiaro, contenuti autorevoli e un accordo con il prestigioso The Economist

Segrate, 8 maggio 2003. Sarà in edicola venerdì 9 maggio **Economy**, il nuovo business magazine Mondadori diretto da Paolo Madron. Il primo numero è in edicola al prezzo di lancio di un euro (due euro è il prezzo di copertina) o allegato a Panorama senza supplemento di prezzo. E' prevista una distribuzione di 800.000 copie; 100.000 copie è l'obiettivo di diffusione a regime. La campagna pubblicitaria di lancio curata dall'agenzia Saatchi & Saatchi prevede un investimento di 3 milioni di euro.

Caratteristiche

Economy fornisce un'informazione affidabile e chiara sugli scenari economico-finanziari e sulle opportunità di investimento. Non esita ad entrare nel mondo dell'attualità e della politica. E' innovativo per il linguaggio semplice, diretto ed esplicito, sul modello dei periodici anglosassoni, per lo stile essenziale, per la visione internazionale garantita da un accordo con *The Economist*, che permette di avere articoli in anteprima per l'Italia.

A chi si rivolge

Economy si rivolge alla business community, al mondo degli opinion leader che "fanno l'economia" e vogliono avere il maggior numero di informazioni possibili sugli argomenti ad essa correlati e a tutte quelle persone che investono in modo attivo il loro capitale e hanno bisogno di informazioni dettagliate su come proteggerlo. **Economy** si è assunto un compito innovativo nel panorama dell'editoria economica: fornire un punto di vista inedito, privilegiato ed autorevole attraverso un gran numero di approfondimenti che svelano anche gli aspetti più originali e i retroscena.

Il primo numero

L'esordio del primo numero offre già un'esclusiva eclatante, significativa dello stile di giornalismo che si propone **Economy**: un'intervista a Murdoch sul progetto SKY ITALIA, in cui il magnate delle televisioni svela le sue ambizioni ed i piani per attaccare il mercato. Un'intervista a Marco Drago che dopo l'acquisizione di Antena 3 e Toro Assicurazioni spiega perché ha deciso di costituire l'unica conglomerata del marketing italiana; l'analisi degli aspetti economici della Sars; un'inchiesta su d'Alema e Cofferati. In **punta di penna**, ritratto di un personaggio, è dedicato a Lucia Annunziata. **Global**, una pagina in cui viene analizzato un oggetto nella provenienza geografica delle sue componenti, racconta Chanel n°5.

Economy è strutturato in tre sezioni: **incontri e scontri**, con colonne di articoli e pezzi brevi; **attualità** e **affari personali**, che comprende sette pagine di tabelle relative agli investimenti.

COMUNICATO STAMPA