

EXTRA
VALUE AS ATTITUDE



EXTRA
VALUE AS ATTITUDE

INVESTIGATING THE FUTURE
PERVASIVE EXTRACARE

CHATTING WITH
DANIELE DI MONTEZEMOLO

CATCH THESE NEW TRENDS TO **GENERATE VALUE**
WHAT'S UP



01 - Summer 2010

SPOTLIGHT:
FROM TRADITIONAL
TO INNOVATIVE BRAND

01 - Summer 2010

action
group
EDITORE

L'ESPERIENZA

Action Group è presente sul mercato editoriale dal 1993, durante questi anni ha lanciato numerose pubblicazioni di successo, strette collaborazioni molto produttive con realtà di prestigio che ne hanno favorito la crescita e lo sviluppo.

Le pubblicazioni di Action Group sono:

- **CALCIO2000** – il mensile di calcio più venduto in Italia;
- **AL** – il mensile di informazione della Consulta Regionale Lombarda degli Ordini degli Architetti, spedito a tutti i 26.000 Architetti Lombardi;
- **ELEMENTI** – temi di costruzione dell'architettura, la monografia bimestrale che indaga le singole parti dell'edificio, sotto la direzione dell'architetto Maurizio Carones, docente del Politecnico di Milano e direttore di AL - Architetti Lombardi
- **INFOPROGETTO.IT** – l'e-magazine spedito ogni settimana direttamente alla casella di posta di 36.000 progettisti;
- **BRIANZA BUSINESS** – la rivista dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e della Brianza, bimestrale inviato agli iscritti all'Ordine, ai Soci Lions, Rotary e Confindustria di Monza e Brianza;
- **EXTRA** – il trimestrale dedicato al licensing, brand extension e contract nel settore moda e alto di gamma.
- **ACTION ARMS E ACTION MARKET** – un nuovo strumento per gli appassionati di armi. Approfondimenti e articoli esclusivi si affiancano a più di 500 inserzioni delle migliori armerie italiane.
- **LA GAZZETTA DELLE ARMI** – l'e-magazine inviato ogni lunedì ai 12.000 iscritti al sito www.actionarms.it, che presenta le ultime novità dal mondo delle armi.
- **WATCHSHOP** – orologi in vetrina, è il mensile di orologi più venduto in Italia.



I PUNTI DI FORZA

Proprio Action Arms e Watchshop ci forniscono l'esperienza necessaria per concepire un'altra operazione nel settore del collezionismo in ambito artistico. In questo, possiamo contare sulla già collaudata distribuzione a opera di M-Dis (Rizzoli, De Agostini, Corriere della Sera e Press_Di - Gruppo Mondadori). Press-Di garantisce ad ArteShop Magazine di raggiungere capillarmente tutte le edicole presenti sul territorio nazionale.

L'ECCELLENZA

L'attività di **Action Group** non si esaurisce con la carta stampata ma è attiva da sempre in ambito **congressuale e fieristico**. Si è occupata dell'organizzazione di otto edizioni di **Brianza Top**, la due giorni espositiva presso l'**Autodromo Nazionale di Monza**, due edizioni di **Insubria Top**, nei prestigiosi spazi di **Villa Erba** a Cernobbio, e due edizioni di **Brianza Arte**, la rassegna di arte moderna e contemporanea per offrire ai visitatori la possibilità di entrare in diretto contatto con gli artisti. Dal 2008 Action Group e la **Consulta Regionale Lombarda degli Ordini degli Architetti** hanno stabilito una partnership per l'organizzazione di **due convegni l'anno**, cui partecipano puntualmente oltre un migliaio di professionisti, provenienti dal mondo della progettazione. Da gennaio 2010 è attivo **Action Space**, uno spazio nato per rispondere alle esigenze delle aziende che vogliono far conoscere la propria attività, a due passi dal centro di Milano; una galleria dove organizzare presentazioni, mostre, conferenze stampa, seminari, incontri culturali e meeting aziendali.





CALCIO2000

CONTENUTI: Calcio2000 offre interviste esclusive, approfondimenti tecnici, indiscrezioni di mercato, pagine dedicate ai più importanti campionati d'Europa, con tutti i risultati di tutti i campionati di calcio, aggiornati mensilmente.

ANNO DI FONDAZIONE: 1997

TIRATURA: 80.000 copie in Italia e 10.000 copie all'estero

PERIODICITÀ: mensile

TARGET: tutti coloro che amano il calcio: appassionati, calciatori praticanti, allenatori, dirigenti sportivi, giornalisti, procuratori, tifosi, appassionati di statistiche e storia del calcio.

DISTRIBUZIONE ESTERO: Johnsons International, Calcio2000 viene distribuito in 32 Paesi del mondo.

WEBSITE: www.calcio2000.it

CONTENUTI: la rivista di riferimento in Brianza, sia per i contenuti sia per il target esclusivo di lettori realmente raggiunto. La parte redazionale, supervisionata dal Dottor Gilberto Gelosa, presidente dell'Ordine e dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Monza e della Brianza nonché direttore editoriale di Brianza Business, distingue la nostra testata da tutte le altre pubblicazioni.

ANNO DI FONDAZIONE: 2004

TIRATURA: 9.000 copie

PERIODICITÀ: bimestrale

TARGET: tutti i dottori commercialisti ed esperti contabili, gli Studi Associati; i membri di Confindustria Monza e Brianza; i soci dei Rotary club presenti in Brianza; i soci dei Lions club presenti in Brianza, le principali banche, i Golf Club e lo Sporting Club.

DISTRIBUZIONE: gratuita con posta target a 9.000 nominativi selezionatissimi in Brianza.

WEBSITE: www.brianzabusiness.com

BRIANZA BUSINESS





CONTENUTI: AL è l'organo ufficiale della Consulta Regionale Lombarda dell'Ordine degli Architetti P.P.C. Raggiunge con posta target magazine tutti gli architetti iscritti ai 12 ordini provinciali della Lombardia. La sua struttura è costituita da una parte informativa ricca di notizie, recensioni, rubriche e da una parte monografica che ogni mese propone un tema specifico.

ANNO DI FONDAZIONE: 1971

TIRATURA: 29.567 copie
(dato aggiornato al 25/6/2010)

PERIODICITÀ: mensile

TARGET: tutti gli architetti iscritti all'Albo della Lombardia che aderiscono alla Consulta

DISTRIBUZIONE: la rivista viene spedita gratuitamente a tutti gli architetti iscritti all'Albo.

WEBSITE: www.architettilombardia.com

AL

CONTENUTI: Elementi propone una sistematica ricognizione sulle parti dell'edificio, sugli elementi costruttivi e sui materiali. Il tema oggetto di ogni monografia viene affrontato attraverso contributi differenti che attingono ai vari campi del sapere architettonico, confrontandosi anche con approcci trasversali provenienti da altre discipline. La rivista, diretta dall'arch. Maurizio Carones, docente del Politecnico di Milano e direttore di AL, in ogni numero presenta, con una approfondita ricerca di immagini di qualità, progetti esemplari, sia storici che contemporanei. Integrano la pubblicazione riferimenti bibliografici e strumentali.

ANNO DI FONDAZIONE: 2010

TIRATURA: 30.000 copie

PERIODICITÀ: bimestrale

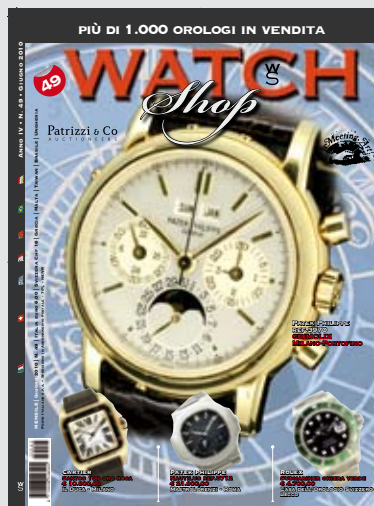
TARGET: è rivolta a tutti i progettisti italiani interessati a valorizzare le componenti costruttive dell'architettura che ne considerano gli aspetti particolari come occasione di riflessione qualitativa sul progetto.

DISTRIBUZIONE: gratuita con posta target a tutti i 30.000 architetti italiani abbonati.

WEBSITE: www.infoprogetto.it

ELEMENTI





WATCHSHOP

CONTENUTI: lo scopo di Watchshop è offrire visibilità al mercato dei professionisti italiani portando i loro orologi in vendita nelle case degli appassionati. Offre la possibilità ai collezionisti, agli operatori di settore e ai semplici neofiti di trovare tantissime offerte e strumenti validi per acquistare un orologio con sicurezza. Immediatezza e semplicità dell'offerta: foto del prodotto, descrizione, prezzo, riferimenti per l'acquisto. Una nuova proposta editoriale già punto di riferimento per un mercato, quello degli orologi da polso, che negli ultimi anni si è sviluppato in maniera esponenziale. La nostra garanzia: presentiamo solo orologi offerti da negozianti, ritenuti come tali in base a elementi oggettivi: titolari di un luogo fisico, di partita Iva, di numero di telefono fisso.

ANNO DI FONDAZIONE: 2006

TIRATURA: 80.000 copie

PERIODICITÀ: mensile

TARGET: tutti coloro che amano gli orologi: appassionati, collezionisti, operatori di settore ma soprattutto clienti.

DISTRIBUZIONE ESTERO: Johnsons International

WEBSITE: www.watchshop.it

CONTENUTI: Action Arms nasce dall'esperienza del suo direttore Paolo Tagini che, dopo 19 anni trascorsi nell'editoria di settore, ha scelto di offrire a lettori e aziende un nuovo strumento, capace di comunicare la passione per le armi in maniera franca e diretta.

Acquistando il mensile, il lettore compra di fatto due riviste: quella sulle armi, con le sue prove e gli articoli esclusivi, insieme ad Action Market, contenente più di 500 inserzioni fotografiche provenienti dalle migliori armerie in Italia.

ANNO DI FONDAZIONE: 2009

TIRATURA: 50.000 copie

PERIODICITÀ: mensile

TARGET: tutti gli appassionati di armi, i tiratori, i collezionisti, gli operatori professionali, i cacciatori.

DISTRIBUZIONE ESTERO: Johnsons International

WEBSITE: www.actionarms.it



ACTION ARMS
ACTION MARKET

LA GAZZETTA DELLE ARMI



CONTENUTI: il settimanale viene inviato ogni lunedì per presentare tutte le ultime novità dal mondo delle armi, notizie flash da fabbricanti, importatori, armerie, poligoni, scuole, campi di tiro e associazioni. Arriva direttamente e gratuitamente nella casella postale registrandosi sul sito www.actionarms.it

ANNO DI FONDAZIONE: 2009

TIRATURA: 12.000 copie inviate settimanalmente

PERIODICITÀ: settimanale

TARGET: le aziende, i fabbricanti, gli importatori, le armerie, tutti gli appassionati di armi, i poligoni di tiro, i collezionisti, gli operatori professionali, i tiratori, i cacciatori.

DISTRIBUZIONE: web

WEBSITE: www.lagazzettadellearmi.it

WEB

ACTIONGROUPEDITORE.COM

IL SITO DI ACTION GROUP RAPPRESENTA IL KNOW HOW DEL GRUPPO ED È UNA VETRINA PER TUTTE LE RIVISTE PRODOTTE, I CONVEGNI, LE FIERE E LE PUBBLICAZIONI.



INFOPROGETTO.IT

IL SITO DI INFOPROGETTO È LA VETRINA DEI PRODOTTI DEDICATI ALL'ARCHITETTURA. COMPRENDE, INFATTI, APPROFONDIMENTI DI ELEMENTI E AL E OGNI USCITA DI INFOPROGETTO. COMUNICA, INOLTRE, LE NEWS SUI CONVEGNI ORGANIZZATI E LE FIERE TRAMITE UN ARCHIVIO COSTANTEMENTE AGGIORNATO.



ACTIONARMS.IT

IL PORTALE PER I COLLEZIONISTI E LE ARMERIE, RICCO DI NEWS, FOTOANNUNCI E CALENDARI DI TUTTE LE FIERE DI SETTORE



WATCHSHOP.IT

IL SITO DEDICATO AGLI APPASSIONATI E AI COLLEZIONISTI DI OROLOGERIA



CALCIO3000.COM

IL SITO DEDICATO AI VERI APPASSIONATI DI CALCIO. NEWS, INTERVISTE E CURIOSITÀ DEL CALCIO ITALIANO E INTERNAZIONALE

EXTRA

•EXTRA è il prodotto editoriale dedicato alle aziende di alto di gamma e clienti selezionati che intendono presentarsi ad un target altrettanto selezionato e prestigioso.

•EXTRA tratta di licensing, brand extension, contract e vuole coagulare intorno a un unico concetto di “cambiare per crescere”, gli interessi e gli obiettivi di tante aziende che, in Italia e nel mondo, hanno capito che adottare nuove strategie sia una necessità incontrovertibile.

•EXTRA presenta articoli a tema, interviste a leader dell'innovazione, racconta i cambiamenti e le modalità per cogliere opportunità e non restare a margine. Indaga il futuro attraverso case-histories e ricerche. Dunque raccoglie la sfida di aiutare a ripensare e riprogettare i comportamenti, i modelli, gli atteggiamenti: in una parola, l'approccio al mercato.

Attraverso l'analisi delle due forme Business to Business e Business to Consumer, •EXTRA diventa il punto di riferimento per comprendere comportamenti e realtà aziendali di settore e per intessere o far emergere reti di connessioni possibili, presentando non solo modelli già consolidati sul tema del brand extantion ma proponendo idee e spunti per nuove sinergie.



Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.



LA CAMICIA VESTE LA TAVOLA

Il nuovo Target

Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

A SHORT STORY ON TARGETS

Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.



Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

Il nuovo Target

Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

L'ALTRA FACCIA DELLA MICINA



Open Mark, sta colorando il fenomeno globale a fumetti stilizzato con i colori argomentati grazie alle principali catene della grande distribuzione italiana ed europea.



Il fenomeno a fumetti stilizzato, in versione globale, sta colorando il fenomeno globale a fumetti stilizzato con i colori argomentati grazie alle principali catene della grande distribuzione italiana ed europea.

Il fenomeno a fumetti stilizzato, in versione globale, sta colorando il fenomeno globale a fumetti stilizzato con i colori argomentati grazie alle principali catene della grande distribuzione italiana ed europea.

TARGET

Il target a cui si indirizza è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio. Il lettore di .EXTRA si distingue per classe, interesse e curiosità.

Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.



VIA TREBBIA 26: UNA REALTÀ TUTTA DA SCOPRIRE

Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

VIA TREBBIA 26: SCOPRIRE LE SUE SUE

Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.



Il target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

Il nuovo Target

Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

NEW FERRISIO DI RENZI VALLE

Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.



Il nuovo Target è un range di lettori con alto potere d'acquisto, manager, imprenditori marketing, professionisti del progetto e del design, architetti e dirigenti: una vera e propria comunità che opera in fondazioni legate al commercio nazionale ed estero, alla moda, alla produzione di lusso e all'alta gamma in commercio.

Enti

Assomoda , AIP_associazione Italiana Pellicceria, A.N.C.I._ Associazione Naz. Calzaturifici Italiani, AIMPES_ Associazione Pellettieri Italiani, Alta Roma, Ascontex, Australian Wool Innovation, Unione Federmoda, Ice, Consorzio Calzatura Italiana Alta Moda, Consorzio Pratotrade, E.M.I. Ente Moda Italia, Fondazione Ferre', Unipro.

Fiere


100% Design, Babilonia, Bread And Butter, Collezione, Cosmoprof, Diva, Douja D'or Salone Internazionale Di Vini Selezionati, Eire, Filo, Fragranze, Idc - International Deluxe Contract, Idea Biella, Idea Como, Io Sposa, Lineapelle, Miart, Micam, Shoevent, Mifur, Milano Moda Donna, Milano Sposi, Mipel, Moda In, Moda Prima, Neozone, Old Time Show 7° Edizione: Auto E Moto D'epoca Con Esposizione Tematica, Orocapital Event, Pitti Filati, Pitti Uomo, Pitti Woman, Salone Del Gusto, Salone Del Mobile, Salone Nautico, Shirt Avenue, The Brandery, Touch, Withe.

Hotel di lusso




MILANO_Town House, Galleria Duca Di Milano, Excelsior Gallia, Four Seasons, Grand Hotel Et De Milan, Park Hyatt, Principe Di Savoia, The Westin Palace Hotel, Bulgari, Carlton Hotel, Baglioni Hotel, Pierre Milano, Marriott Hotel, Sol Melia' Milano. FIRENZE_Grand Hotel, Villa Cora Grand Hotel, Villa Medici Helvetia & Bristol, Regency Montebello Splendid Regency , The Westin Palace ROMA_Holiday Inn ,Crowne Plaza ,Minerva Hotel ,Aldrovandi Hotel , Eden Hotel, Bernini Bristol Hotel, Cavalieri Hilton Hotel, De Russie Hotel, Excelsior Hotel, Hassler Villa, Le Grand Hotel, Medici Hotel, Majestic Hotel, Parco Dei Principi Hotel, St. George Marriott, G.H. Flora, Radissons, Hotelregina, Hotel Baglioni TORINO_Hotel Golden Palace, Principi Di Piemonte Hotel, Ac Torino

VALORE D'USO
100% VITALE

Perché il Valore d'Uso è il vero bene?
Perché il Valore d'Uso è il vero bene perché è il bene che si può avere in ogni momento della vita. È il bene che si può avere in ogni momento della vita. È il bene che si può avere in ogni momento della vita.




Il Valore d'Uso è il vero bene perché è il bene che si può avere in ogni momento della vita. È il bene che si può avere in ogni momento della vita. È il bene che si può avere in ogni momento della vita.




SCITTING

Il coltello - È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio.



Il coltello è un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio.

Il coltello è un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio.



Il coltello è un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio. È un oggetto che si trova in ogni casa e in ogni ufficio.



Action Group Editore srl
Via Londonio, 22 , 20154 Milano
Tel. 02-34538338 / 02-34533086
Fax. 0234937691

www.actiongroupeditore.com
info@actiongroupeditore.com