

## LA UNION SOVIETICA INSTALA SU PRIMERA PISTA DE ATLETISMO CON SUPERFICIE DE TARTAN

En el Estadio de Deportes de Podolsk, situado a unos 30 kilómetros al Sur de Moscú, ha sido instalada una pista de atletismo con superficie de tartan, la primera de esta índole en la Unión Soviética.

Con ésta se eleva a 95 el número de pistas hechas por 3M con superficie de tartan, de las cuales 42 están instaladas en USA y 53 en otros países del mundo.

La pista de Podolsk, de 400 metros de cuerda, será utilizada por los atletas soviéticos en sus entrenamientos para los Juegos Olímpicos de Munich de 1972.

Minnesota Europa, S. A., con sede en Suiza, que contrató dicha instalación, anunció también la firma de un acuerdo para la instalación de una pista cubierta en el Instituto de Cultura Física de Moscú.

Para mayor información, dirigirse al departamento de Productos Atlético y Recreativos de Minnesota de España, S. A., avenida del Generalísimo, 75. Madrid-16. Teléfono 279 76 00.



## LA SEAT, INFORMA

El día 18 de enero fue convocada la conferencia de prensa que anualmente ofrece la SEAT. Ante numerosos representantes de los medios de información, el presidente de la Sociedad de Automóviles de Turismo, S. A., don Juan Sánchez-Cortés, expuso minuciosamente el panorama español en la industria del automóvil y las realizaciones concretas de SEAT. El año 1971 ha sido, pese a las vicisitudes superadas, un nuevo récord.

Como muestra de los logros obtenidos, ofrecemos los datos siguientes:

Producción española en 1971: 480.000 automóviles.  
 Nivel estimado de matriculación: 430.000 automóviles.  
 Coyuntura actual de lenta recuperación y tensiones inflacionistas.  
 Aumenta nuestro retraso de motorización frente a Europa.  
 81 turismos por 1.000 habitantes en 1971.

Record de ventas totales en SEAT: 282.698 automóviles.  
 54.871 coches SEAT exportados: más del 70 por 100 del total español.

La investigación tecnológica SEAT, en marcha.  
 Cifra de negocios de 29.500 millones de pesetas.  
 Por las inundaciones y los conflictos colectivos se perdieron 26.000 coches.

Inversiones en 1971: casi 2.800 millones de pesetas.  
 Los puntos de venta y asistencia técnica SEAT son ya 891.  
 Los efectivos de la red SEAT se elevan a 19.250 hombres.  
 La plantilla de la empresa supera las 24.000 personas.

## HACIA UNA CLARIFICACION EN LAS RELACIONES ANUNCIANTE-AGENCIA-MEDIO

Bajo este tema se celebrarán en Barcelona, del 1 al 3 de marzo, las II Jornadas de Publicidad

Bajo el tema general de «Nueva Frontera en Publicidad» (Hacia una clarificación en las relaciones anunciante-agencia-medio) se celebrarán en Barcelona, del 1 al 3 del próximo mes de marzo, las II Jornadas de Publicidad, organizadas por la revista «I. P.» (Información de Publicidad y Marketing). En el avance de temario hecho público por los organizadores se contienen temas de un gran interés y actualidad para los tres estamentos que intervienen en la actividad publicitaria: anunciantes, agencias y medios de difusión. En síntesis se estudiarán, entre otras, las cuestiones siguientes:

Lo que el anunciante debe saber de publicidad: Plan de Marketing y Plan de Publicidad; decisiones publicitarias que debe reservarse el anunciante; su implicación en el «copy» y en la estrategia creativa, en medios, investigaciones, relaciones públicas, etc.; determinación de los presupuestos publicitarios y promocionales, etc. Organización de marketing y organización publicitaria del anunciante. Selección de agencia y selección de anunciante: criterios básicos y fórmulas a tener en cuenta; evaluación y cambio de agencia. Cómo trabajar agencia y anunciante para un mejor beneficio mutuo. Las relaciones con los medios: puntos a aclarar. ¿Qué vamos a hacer con la publicidad?: estudios críticos y reacciones de la profesión.

La finalidad de estas jornadas de estudio es la de cubrir huecos y no la de interferirse en áreas de competencia de otras entidades, apuntando nuevas posibilidades e ideas y estimulando, mediante el diálogo abierto anunciante-agencia y medio, la creación de posturas más comprensivas y cercanas entre estos tres estamentos que se hallan relacionados por un quehacer común: la publicidad.

