

Pubblicitaria Italiana), programma da svol-
 gersi attraverso i giornali iscritti alla
 Unione e da applicarsi alle industrie
 statali e parastatali. Secondo il preventivo,
 la spesa che l'Istituto avrebbe dovuto so-
 stenere per il 1933 sarebbe stata di oltre 2
 milioni e si sarebbe avvicinata ai 3 milio-
 ni tenendo conto della necessaria estensione
 ai giornali non iscritti alla Unione. In
 seguito alle trattative condotte personal-
 mente dal Senatore Bevione, è stato con-
 cordato un piano di pubblicità che, pur
 consentendo quasi interamente i vantag-
 gi del progetto primitivo, costerà soltanto un
 milione; a questa somma dovrebbero aggiun-
 gersi L. 250.000 per tener conto degli altri
 giornali.

In tal modo una volta la settimana
 tutta la stampa italiana pubblicherà
 cartelli réclame opportunamente illustra-
 ti sull'attività dell'Istituto; è da rite-
 nere che l'effetto di tale mezzo di propa-
 ganda sarà realmente notevole e particolar-
 mente opportuno in un anno di depres-
 sione economica. La somma di L. 1.250.000