

# Cosa si dice della vostra campagna pubblicitaria

In più di mille Comuni sono apparsi alla fine di Aprile i nostri bellissimi manifesti. «L'Ambasciatore» è divenuto un personaggio simpatico che silenziosamente, ma da ogni muro, richiama all'attenzione il nome Lavazza.

Completerà questa campagna, un'affissione estiva in tutti i Comuni marini (sia Liguri che adriatici che tirrenici) e alpini su tutto l'arco che va dal Piemonte al Veneto, in modo che le centinaia di migliaia di turisti trovino, fedele all'appuntamento, il simpatico personaggio già conosciuto altrove.

Sono tanto belli i nostri manifesti e tanto bene sistemati (qualcuno ha protestato perchè in un suo Comune l'affissione non è stata di suo gradimento) da attirare l'attenzione dei bimbi e le premure di... ignoti che si affrettano a strapparli.

L'Agenzia del dott. De Barberis ci ha segnalato infatti che, *cosa strana* (!), la percentuale di manifesti da sostituire — perchè stracciati — è stata di molto superiore alle normali medie. *Vi ricordiamo ancora: rispondete al dott. De Barberis; se avete qualcosa da dire, ditelo e non tenete per Voi le Vostre impressioni; esse possono servire a migliorare e ad evitare errori futuri.*

Sono necessari i manifesti? Che funzione hanno?

Servono a *far vedere* al pubblico *quale* è la confezione di cui si parla tanto per radio. Sentirla è una cosa, ma occorre anche far vedere.

A dimostrare ciò che diciamo Vi basti un esempio: alcune torrefazioni, speculando sul momento e, forse, per ignoranza, hanno imbandierato loro Clienti con scritte: «Caffè Paulista sfuso L.....».

Certo, molti possono ancora non aver visto la confezione del *Paulista*, per poter capire che solo quello in lattine è il vero *Paulista*, tant'è che la cosa può aver spinto all'avventatezza qualcuno.

Abbiamo incaricato uno dei primi uffici legali, con vasta esperienza in pratiche di difesa del marchio, di mettersi a contatto con tali aziende: il nome *Paulista* è registrato dalla Lavazza e, pertanto, gravi sanzioni saranno senz'altro inflitte a chi commetterà tali abusi. Sappiate difendere anche Voi questo nostro marchio: *segnalate i casi passibili di azione legale.*

Intanto la campagna *Paulista* prosegue senza dare nell'occhio: vale a dire solo la *Radio* continuerà a trasmettere i soliti 62 comunicati al mese per il *Paulista* da maggio a dicembre.

Pensate: unitamente ai 62 della *Miscela Lavazza*, nei mesi estivi quante volte il nome «caffè Lavazza» sarà ripetuto!

E non basta: ogni mese si sceglierà un argomento: il sottovuoto contro lo sfuso, sulla vera conservazione del prodotto, sul prezzo in modo da poter dire proprio tutto, per far giustizia di tanti luoghi comuni sul caffè.

Cosa dicono i testi della Campagna radiofonica di Maggio?

## MISCELA LAVAZZA

1) Avete visto i manifesti?

Esce il Caffè Miscela Lavazza nella sua nuova lattina decorata.

Miscela Lavazza paradiso in tazza.

2) Avete letto i giornali?

Esce il Caffè Miscela Lavazza nella sua nuova lattina decorata.

Miscela Lavazza paradiso in tazza.

3) Ve l'ha detto il droghiere?

Esce il Caffè Miscela Lavazza nella sua nuova lattina decorata.

Miscela Lavazza paradiso in tazza.

## CAFÈ PAULISTA

1) Tutte le signore parlano di *Paulista*, il miglior caffè brasiliano al prezzo più popolare. Che profumo! È *Paulista* in lattine.

2) In tutte le drogherie parlano di *Paulista* il miglior caffè brasiliano al prezzo più popolare in lattine a L. 240 l'etto. *Paulista*.