

Vendite e venditori di febbraio 1960

Paulista: il novello grido di guerra è risuonato per i 29 giorni di un purtroppo assai breve mese di febbraio, su tutte le piazze d'Italia.

Paulista! Anche sul pubblico ha avuto una fulminea presa, ed un consenso unanime del consumatore: bellissima la pubblicità, buonissimo il prodotto, simpatica la scatola ed infine... benedetti i « bollini »!

Sì perchè con i « bollini » ci siamo scatenati proprio tutti e penso che sarà un gioco che ci entusiasmerà sempre di più.

Ho visto gente che riempie la sua cartolina ordinatamente, un bollino dietro all'altro con tenacia seguendo un programma di 5, 10, 30 kg. giornalieri secondo le zone, altri, più estrosi, iniziano dal fondo. Da alcuni le cartoline vengono riempite a settori, a scacchi, a spicchi, secondo disegni bizzarri, per ricevere uno stimolo maggiore e riempire i buchi residui.

Ducato ad esempio riempiva ogni giorno circa 20 quadratini di sola Lavazza, mentre, si dice, Tavernelli in un solo giorno (W l'autobar) abbia attaccato 92 bollini rossi.

Comunque sia per i bollini, sia per le inarriavabili 125, sia per i segnaprezzi che non c'erano, o per i cartelli vetrina non ancora giunti (tanto che qualcuno disse, malignamente, « chi ha Testa non ha gambe ») un sacro fuoco produttivo ci ha spinti tutti all'arrembaggio di certe posizioni che ci sembravano inespugnabili e certe quote che sembravano irrealizzabili sono state realizzate.

Ci sono giunte copiose le fotografie di bellissime vetrine di Paulista allestite per ogni dove e testimonianti lo sforzo dei venditori e l'ade-

sione dei clienti. Padova ha, per esempio, realizzato un vecchio sogno: le quattro drogherie migliori della città, quelle cioè che formano l'opinione pubblica, hanno aderito al programma.

Da Milano lo Standa ha iniziato il rifornimento a tutte le filiali d'Italia, e persino a Genova abbiamo visto apparire le prime belle vetrine del Paulista.

Dicevamo dunque, valanghe di cartoline sono arrivate alla Sede, ma ancora molte sono chiuse nei cassetti dei vari depositi: infatti ognuna di queste, non giunte, rappresenta una piccola soddisfazione personale, avendo come destinazione ad es. o un vestito nuovo o qualche giorno di ferie.

Non è quindi possibile fare una classifica ed un elenco non avrebbe che un valore di pettegolezzo.

Importante è invece comunicare che il famoso « prezzo medio » è stato raggiunto da numerosissimi... concorrenti.

Anche se tale formula avesse messo in imbarazzo più d'uno, alla fin fine tutto si è risolto in un « benissimo ».

Tutta Torino è arrivata in porto; Asti, Alessandria, Voghera si sono destreggiate perfettamente. Successo totale nelle filiali liguri da San Remo a La Spezia.

Anche il Veneto ha alzato il gran pavese, uguagliato dalla Toscana, mentre Parma, Bologna e la Lombardia hanno allineato sotto lo striscione d'arrivo gran parte dei loro effettivi.