

PER I BAR

do alla nostra tesi è stato profuso su questo magnifico veicolo pubblicitario.

Lasciamo al Rag. Marchelli il compito preciso di illustrare personalmente le varie finalità che ci proponiamo di raggiungere con l'Autobar e le varie modalità di impiego del medesimo, vogliamo qui accennare al grande servizio post-vendite che tale organizzazione ha il compito di propagandare: il servizio di assistenza gratuita alla attrezzatura « caffè » di coloro che si servono dei nostri prodotti.

Tale servizio, compiuto attraverso un automezzo 600/M su giro prestabilito, mette il cliente di provincia nella possibilità di godere di vantaggi che né le case costruttrici di macchine da caffè, né il torrefattore locale, né il meccanico volante sono in grado di fornirgli a prezzi convenienti.

Iniziando dal Piemonte, l'Autobar compirà i suoi primi passi, insegnando in ogni Comune agli esercenti avveduti, come conoscere il mercato e come poter vantaggiosamente curare i propri *reali* interessi.

Nello stesso tempo viene scatenata una offensiva su tutti i bar con l'aiuto di una serie di depliant « esplosivi » che quindicinalmente vengono spediti per posta: tale serie oggi composta di già ben 11 soggetti, ma destinata ancora a crescere di numero, deve tenere sempre aggiornata l'attenzione del bar sui prezzi, sui rischi dei premi e sovvenzioni, sulle tristi conseguenze di chi richiede o accetta un fornitore con un impegno. Dai primi risultati sembra che i più irritati di ciò siano i nostri concorrenti, ed i più stupiti siano gli esercenti (che non credevano di essere in così brutte acque).

Quindi di queste iniziative presto o tardi tutti voi beneficerete: oggi comunque resta affidato a voi il compito di migliorare la vostra cultura professionale dapprima su tutto ciò che concerne la macchina-espresso, non per divenire voi dei meccanici, ma per immediatamente valutare il rendimento di una qualunque macchina nel corso delle vostre quotidiane fatiche dimostratrici, perchè se



Il veicolo Fiat 600/M costituisce, per le sue caratteristiche di maneggevolezza e praticità, il vero e proprio « mezzo d'assalto » per la conquista dei pubblici esercizi.

è vero che il caffè medio può risultare buono in una macchina efficiente, è altrettanto vero che un buon caffè risulterà pessimo in una macchina di cattivo funzionamento. Il che non è né infrequente né raro.

Ultima esortazione: siate costanti nell'assaggio di tutti i nostri tipi ed in quelli più usati nella vostra zona. Solo il confronto può convincervi. Avvaletevi anche del giudizio del nostro laboratorio di analisi inviando campioni!

Infine i depliant: essi devono essere da voi studiati, commentati con il nostro capo zona, capiti: contengono infatti una miniera di argomentazioni valide ed efficaci per ribattere a qualunque contestazione.

E non abbiate timore: la ragione del più forte è sempre la migliore.