

Leghe

Stabilità intorno all'attuale livello.

Pb tetraetile

La tendenza al ribasso si accentuerà.

AZIONI PROMOZIONALI IN GERMANIA

Risalgono al 1985-1986 le prime azioni promozionali o meglio campagne Pubblicitarie iniziate in Germania Occidentale ad opera di Metalgesellschaft e di Preussag. Alla base di questa iniziativa vi era la necessità di fare emergere nella pubblica opinione un'immagine del Piombo meno negativa di quella che realmente si era determinata a seguito di una indiscriminata campagna di stampa eccessivamente negativa.

Infatti, in Europa dove la popolazione è giustamente preoccupata a salvaguardare l'ambiente in cui viviamo, il Piombo è diventato a torto il capro espiatorio dei problemi di inquinamento.

Tutti noi leggiamo e ascoltiamo giornalmente frasi quali: il Piombo inquina le acque che beviamo, l'aria che respiriamo, il Piombo è responsabile di una parte delle malattie che ci affliggono.

La filosofia alla base della comunicazione odierna è orientata alla parola d'ordine "liberiamoci dal Piombo".

Sono state queste le principali motivazioni alla base delle Campagne Pubblicitarie Tedesche tendenti a migliorare l'immagine del Piombo e sostenere gli sforzi di tutti coloro che lavorano nel campo delle applicazioni del Piombo.

La strategia della Campagna Pubblicitaria è stata incentrata su un breve ma efficace slogan:

IL PIOMBO DURA, IL PIOMBO E' AFFIDABILE, IL PIOMBO
E' INSOSTITUIBILE