

9
ett. 1959

NOTIZIARIO MENSILE RISERVATO AL PERSONALE DELLA SOCIETA' LAVAZZA

COMPIE GLI ANNI LO STABILIMENTO LAVAZZA

IL 28 SETTEMBRE 1957 PRENDEVA UFFICIALMENTE VITA IL NUOVO STABILIMENTO LAVAZZA: UN SEMPLICE PREMERE DI PULSANTE METTEVA IN MOTO IL PODEROSO APPARATO ELETTRONICO ED I MILLE DISPOSITIVI AUTOMATICI, INIZIANDO COSI' UN NUOVO PERIODO NELLA STORIA DELLA NOSTRA SOCIETA'.

VOGLIAMO RICORDARE QUESTA DATA CON GIUSTO ORGOGLIO E ATTINGENDO DA ESSA NUOVE SPERANZE E RINNOVATI AUGURI. ESSA INFATTI CI RICORDA IL RAGGIUNGIMENTO DI UN RISULTATO A CUI OGNUNO DI NOI ATTIVAMENTE PARTECIPÒ CON FATICA, STUDIO, LAVORO, ANSIA, BUONA VOLONTA' E SOPRATTUTTO UMILTA' E FIDUCIA IN CIO' CHE SI STAVA CREANDO.

IL PROGRAMMA COMUNE, IL FINE DA RAGGIUNGERE, L'IMPEGNO ASSUNTOCI IN UN MOMENTO COSI' DELICATO, PUR TRA TANTE DIFFICOLTA', DIEDERO ORIGINE AL MIRACOLO DI CORSO NOVARA 59.

E TUTTO CI PARVE MOLTO PIU' BELLO DI QUANTO AVESSIMO POTUTO IMMAGINARE.

LA PRIMA PIETRA DELLA NUOVA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DELLA LAVAZZA ERA STATA POSTA. CERCHIAMO ORA DI COMPIERE IL GRANDE CAMMINO COSI' INIZIATO: CONTIAMO SULL'AIUTO DI TUTTI COLORO CHE HANNO FIDUCIA, BUONA VOLONTA', INIZIATIVA.

CON QUESTI UOMINI L'EPOCA DEI MIRACOLI E' BEN LUNGI DAL TERMINARE.

PRESENTIAMO IL "DEC" AI NOSTRI CLIENTI

La presentazione del DEC avviene per ora in sordina: per assaggio di mercato.

Vogliamo vedere quale accoglienza gli può riservare un pubblico che per anni è stato abituato a chiedere una certa Marca o a vederselo presentare in una determinata maniera con una particolare confezione.



L'insuccesso dei vari decaffeinati che via via sono stati immessi nel mercato

nazionale ad opera di altri nostri Concorrenti ci avev^a messi in guardia sul programma da adottare e seguire.

Nessuno infatti aveva potuto, per motivi di costi, di lacune organizzative, di mancanza di nome e di pubblicità, creare un prodotto che venisse ad infrangere il monopolio esistente. Pur gettando tutto sul motivo "prezzo" leggermente inferiore a quello abituale, il risultato non fu soddisfacente.

La temuta penetrazione concorrenziale che spesso volte venne prospettata da parte dei nostri Produttori non si verificò proprio perchè questo settore commerciale ha qualcosa in più di quello a cui siamo abituati: ha la pubblicità.

Ora noi ci siamo allineati come presentazione di prodotto a quello offerto dalla più attrezzata concorrente: la nostra bustina ha inoltre un altro pregio indiretto, Potendo essere consegnata alla Clientela nel corso del servizio di



normale approvvigionamento settimanale, può superare l'ostacolo delle eccessive forniture che è sempre sconsigliabile ad un prodotto macinato.

Questo vantaggio, non facilmente realizzabile da alcune altre Organizzazioni che sono invece obbligate a fare forniture di 2 o 3 mesi, garantisce il DEC da un irrandimento verso la fine del periodo di scorta.

L'elegante Tazzina e l'originale Posacenere completano la presentazione del nuovo prodotto a cui ben presto si aggiungeranno altre iniziative (prima fra queste una bella decalcomania).

Il prezzo di vendita (£. 24.= la bustina) aumenta il nostro vantaggio: qualche bustina offerta a determinati Clienti o Consumatori è una chiave interessante per la nostra penetrazione.

Occorre fare accettare il gusto DEC più tenue e dolce rispetto agli altri: il procedimento di decaffeinizzazione adottato dalla Lavazza consente, con un uso più moderato di solventi, ma senza che venga turbato il normale tasso di decaffeinizzazione, una maggior persistenza degli olii essenziali e degli zuccheri. Una tazza più aromatica ed in conclusione una buona tazza di caffè anche per i famosi "malati di cuore".

Lo stesso discorso si può fare per il DEC nelle confezioni "sotto-vuoto". Anche per questo si abbinerà nello scatolone un bel cartello da vetrina ed altro materiale spicciolo e di pronto impiego.

Tutto pronto dunque per questo nuovo e marginale Prodotto LAVAZZA !!!



In conclusione rimarranno valorizzati attraverso le belle iniziative LAVAZZA-DEC, anche gli altri nostri prodotti: oggi il Cliente sarà più propenso a lasciarsi convincere che la Lavazza dispone di una organizzazione efficiente e sempre all'avanguardia.

Ed ora iniziamo le vendite ! !

FATE SEMPRE DEL VOSTRO MEGLIO, UQUALUNQUE SIA IL COMPITO CHE DOVETE ADEMPIERE. LA SODDISFAZIONE PER UN LAVORO BEN FATTO E' IN SE STESSA UNA RICOMPENSA. POCO IMPORTA CHE CIO' CHE ESEGUITE SIA IMPORTANTE O MENO. FATELO SEMPRE BENE, O NON INIZIATELO NEPPURE.

CONSACRATEGLI TUTTI I VOSTRI SFORZI. FATE SEMPRE DEL VOSTRO MEGLIO !

IL CAFFÈ - PROBLEMI D'OGGI



C'è nell'aria un certo turbinare di notizie vaghe ed imprecise: si parla di ribassi avvenuti, si mormora di ritocchi da apportare, si discute su adeguamenti ai mercati di origine.

Vediamo un pò da vicino la situazione odierna.

Siamo alle prime battute della competizione tra Brasile e Robusta (più particolarmente Congo) per mantenere il mercato italiano delle qualità basse e medie, dopo l'uscita del Brasile dalla sua lunga politica di assenteismo a queste qualità.

Infatti, per diversi anni, i prezzi di offerta brasiliani si mantennero ad un tale elevato livello da favorire l'introduzione del Congo Robusta.

Per via del suo gusto neutro (mentre tipi equivalenti brasiliani rivelano più o meno pronunciata la tendenza al "Rio") per via della presenza in tazza e per altri fattori tecnici il torrefattore italiano fece una buona accoglienza al Congo.

Ora il Brasile, con l'apertura a Trieste di un deposito franco da cui è possibile acquistare provenienze brasiliane basse con prezzi scesi al livello del Congo, ma a patto di aver acquistato in precedenza altrettanto caffè brasiliano di qualità superiore, ha mosso la prima pedina.



Il Congo non ha altre armi che attuare qualche ritocco ai prezzi, ma tali ribassi che hanno nel mercato internazionale dei crudi importanza rilevante, nel campo dei tostati non possono modificare nessuna quotazione.

Il Congo ha infatti ribassato di 2,50 Fr.b. al Kg., cioè di poco più di 24 lire al Kg. (ricordare le 6 lire di differenza di dogana MEC a favore del Congo), ma ha perso terreno per il ritorno di antica fiamma che i Torrefattori Italiani hanno sempre avuto per il Brasile.

Si può pertanto parlare di sostituzione del Congo con il Brasile per i Tostati, ma nulla, per ora, di più.

Anche il ribasso da noi attuato sul tipo Omaggio deve più avere un tenore politico che di reale situazione di mercato.

Vantaggi da questa situazione?

Non possiamo fare previsioni: siamo come davanti ad una scacchiera in cui siano state effettuate solo le prime mosse. Da una parte i 50 milioni di sacchi giacenti nei Magazzini Brasiliani (il consumo nel mondo è 36 milioni di sacchi all'anno) sono per il Brasile un motivo di apprensione tanto più che le loro "fazende" ne producono altri 22 milioni ogni anno.

Il Congo dalla sua ha da difendere gli interessi dei Piantatori che valorizzano un territorio immenso e che in questi anni hanno gettato tutto sul caffè non badando a spese allettati dalle alte quotazioni allora in vigore. Non trascuriamo che mentre il Brasile tenta la soluzione di un problema generale di bilancio tra produzione e consumo, il Congo difende invece un problema ristretto di mercato: l'Italia è infatti la consumatrice principale di Robusta.



Questa è dunque la situazione del mercato crudo accuita nel nostro Paese da una massa di operatori, dove le varie qualifiche di importatori, agenti, torrefattori, grossisti si fondono creando ibridi costretti a giochi funambolici di equilibrio per conciliare le spesso diverse esigenze delle loro funzioni.

A Milano recentemente si è tenuta una riunione tra torrefattori Lombardi preoccupati dai notevoli ed ingiustificati sbalzi di prezzo che si verificano da torrefattore e torrefattore e che la Clientela non si perita di controllare alla luce di una leale concorrenza.

Si parla di caffè di contrabbando: non è raro trovare sui giornali una qualche notizia riguardante sorprese che la Guardia di Finanza compie ed i relativi sequestri -di caffè di contrabbando-.

Basta vedere il "GIORNO" del 23 settembre in cui tra i 33 nominativi di persone implicate in un traffico recentemente scoperto figurano molti nomi di torrefattori italiani e diversi di molta importanza più portati al "miracolo".

Si parla di multe di mezzo miliardo a testa, di un giro di più di tre miliardi ai danni dello Stato.

Se questi sono i primi a pagare, ci auguriamo - per il bene di tutti gli onesti operatori - che la repressione porti una nuova ventata di aria sana.



TORINO "CENTRO - VENDITE"

Se avete presente una scatola di sardine, non avete nessuna difficoltà ad immaginare il Deposito di Torino.

Prima di iniziare la giornata di lavoro ben 21 persone si dibattono, in angusto spazio, tra C.M., schede, conti, soldi e calcolatrici, schierati ai lati di una lunga serie di tavoli.

C'è la stessa impressione quando si entra in una Banca: alle pareti pendono, in attesa di essere passate al quotidiano aggiornamento, le tabelle-giri dei Produttori, mentre la enorme pianta della città di Torino che troneggia su tutto subisce il cambio degli spilli con capocchie rosse (Clienti potenziali) con quelli con capocchie blu (Clienti serviti).

In lontananza si ode la stentorea voce di Francone intento al carico degli automezzi di turno.

E' quasi una scena da film, vero? Senza attrici ?
Ha no !

Due donne condividono questa (inevitabile) Babele.

La Signorina Abbona dipana, con costante tenacia, matasse di chili, Lire: cifre su cifre passano tra le sue mani; sempre pronta ad aiutare il Produttore alla ricerca del chilo di Viola che manca, o delle 5.875 lire che ci dovrebbero essere.

La Signora Perinetti saltella tra una scheda, una telefonata, una tabella-giro, una comunicazione, pressata da richieste di tazze, silos, tentando di seguire gli 8.000 nominativi di Clienti che sono stati a lei affidati dal "prezioso Servizio Statistico".



Si, tutto questo è cominciato da quel giorno in cui nacque questo Servizio.

Erano in 6 a Torino: oggi sono (per ora) 21; 4 ai bars, 11 alle drogherie e poi la schiera dei "provincialini" che deve "figliare" adesso.

Ad ognuno una sua zona, il suo numero di Clienti, la possibilità di arrivare al quantitativo assegnato: ecco la conclusione di un lavoro d'indagine che ci ha rivelato come vasto potesse essere il mondo e quanto poco era la nostra conoscenza di esso.

A Cantarella, passato Capo Deposito, è stata affidata l'opera di controllo sulla Clientela e sui Produttori e Michele ce l'ha messa tutta, credeteci, per arrivare fin qui.

Ora dovrà affrontare pesanti responsabilità e una serie di nuove difficoltà: ma sappiamo che egli è un elemento ben preparato attraverso una esperienza di venditore durata per tanti anni.

Sulla stessa base di sicurezza troviamo Busso che avrà il compito di affiancare a turno ogni singolo Produttore cittadino e collaborare con Cantarella alla promozione vendita, mentre Tori è passato ad un servizio di rifornimento dei "grossi" della piazza.

Rolfo, Polidoro, Ruggeri, Castellano, Borrione, Gozzelino, Poggio, Rivera sono, chi più, chi meno, matricole tra i "produttori".

Completa i "cittadini" il rinnovato plotone dei "Bar": Cameran, Ponteprimo, Finello, Vangi, hanno deciso di farla finita con gli indugi e vanno perfino a scuola di macchine espresso.



Alle 8 di mattina di un giorno qualsiasi abbiamo bloccato un folto gruppo di produttori alcuni attimi prima che si lanciasero con entusiasmo sulla "pista".

Riconosciamo in piedi da sinistra: Cantarella, Polidoro, Busso, Ducato, Perga, Rivera, Cameran, Poggio, Moretto, Rolfo e in basso: Castellano, Costantini II°, Gozzelino, Borrione II°, Vangi e Finello. Mancano perchè ormai in zona di "caccia" i venditori Odasso, Tori, Pontepriimo, Ruggeri e Ferro.



Ed ora i provinciali: Ducato, Odasso, Ferro, in attesa di nuovi sviluppi, con i primi "figli": Moretto, Perga, Costantini.

Scusateci: è stata una presentazione un pò affrettata, ma abbastanza precisa.

C'è da dire ancora una cosa: lo spirito di collaborazione tra questi nostri produttori non è un'entità astratta, ma è un qualcosa di molto concreto che da a tutta l'organizzazione una poderosa spinta ed una efficace visione d'assieme.

A questo si unisce poi, specie per i giovani, l'esempio dei "vecchi", della alta considerazione in cui sono tenuti, e della valida personalità quali attivi collaboratori della Direzione, per alimentare in essi una certezza di un domani sicuro, una speranza di sicuro successo.

L'ARTE DELLA PAROLA E' UNA DELLE ARTI PIU' PREZIOSE PER UN UOMO D'AFFARI.

POSSIAMO AVERE IDEE OTTIME, MA NON RIUSCIREMO A FARLE VALERE SE NON SIAMO IN GRADO DI ESPRIMERLE BENE. L'ARTE DELLA PAROLA E' UN EFFICACISSIMO STRUMENTO DI SUCCESSO IN OGNI CONDIZIONE E IN OGNI CAMPO DI ATTIVITA' UMANA, E DOVREBBE ESSERE COLTIVATA IN CIASCUNO, DI PROPOSITO E CON GRANDE ATTENZIONE.



AGOSTO: "I PRIMI DELLA CLASSE"

Nessuno in vacanza questo mese, ovvero quasi tutti i produttori hanno superato le quote imposte. La lunga lista di vincitori "61" ne è la più clamorosa conferma.

Ma proprio il più bravo chi è stato?

Ebbene, pur potendo ancora considerare settembre mese di "villeggiatura" e quindi da inserirsi nella parentesi estiva, ci sembra che l'ottimo Gasparini di Rimini abbia conquistato la piazza d'onore nella gara "Calda Estate". Egli è infatti riuscito a superare nel complesso di ben 7 q.li la sua quota.

Bravo quindi Gasparini dibattuto tra le prodigalità dei famosi "mecenati" emiliani nostri concorrenti.

Al secondo posto troviamo un gruppo di accesa volata: Genga, Biscaldi, Tavernelli, Ferraris, Marini, Barberis e Doria hanno al loro attivo una buona affermazione nel campo "Miscele Fini".

Al Rag. Fabbri Aldo va un merito particolare: tenuta a freno una zona di difficile controllo è riuscito a dare scacco matto alla concorrenza con una splendida riuscita alla "Fiera di Lucca" che ha avuto anche gli onori di una lunga e minuziosa cronaca sul giornale "Corriere del Mattino" e foto del Mobil-Bar.

Mentre siamo nel gruppo Concessionari riteniamo meritevoli di una citazione i Lombardi: Cervini, Gadda e Faggi i quali hanno quasi cancellato l'Omaggio dalle loro forniture mantenendo integro il restante quantitativo.

Sappiamo quanto può costare mantenere una simile posizione!



Bene Vecchi a Trento e Fantoni ad Arona.

Ed ora esaminiamo le "sorprese".

Bergamini - Asti, Rolando - Alessandria, Organizzazione Bar - Torino, hanno avuto un sorprendente rilancio estivo.

Brescia tutta ha avuto una progressiva salita nelle vendite mantenendole tutt'ora, mentre Rech a Como ha superato brillantemente la quota 58.

Ma è Borra a Parma che ha segnato un incremento tale da farlo veramente diventare "Mister Sorpresa" dell'Agosto 59.

Bene "Baffo", una buona generosa gara !

In Sardegna invece si sono messe basi per il futuro sviluppo dell'Organizzazione Lavazza nell'Isola. Il Dott. Carta è un tenace ed entusiasta sostenitore delle cause Lavazza. Ha programmi ambiziosi. Ma di questo ne parleremo in seguito.

Per ora, avanti tutti e buon lavoro !

IL SEGRETO DELLA VENDITA CONSISTE NEL CREARE ALLA MERCE UN
ASCENDENTE CON LA NATURALEZZA E LA SERIETA'.



CASA NOSTRA

Col finire dell'estate le rondini lasciano i nidi ... ben altrimenti si comportano gli uomini che in genere dedicano questi mesi che precedono l'inverno al coronamento dei loro sogni d'amore.

Al dolce appuntamento dei fiori d'arancio sono così giunti il 31 agosto scorso il nostro venditore milanese Luciano Monti che si è unito in matrimonio con la gentile signorina Antonia Ferrari. Per la giovane coppia tutta la nostra simpatia ed i più vivi rallegramenti.

Il 26 settembre è stata poi la volta di un altro milanese, Arturo Colombani, un vero campione della vendita all'ombra della "Madunina", che ha condotto all'altare la signorina Franca Negri. Ad entrambi auguri e felicitazioni cordiali.

PER CONSOLIDARE LA FIDUCIA IN VOI STESSI E CONQUISTARE LA FIDUCIA DEL PROSSIMO, STUDIATE A FONDO IL VOSTRO MESTIERE E CERCATE DI AUMENTARE COSTANTEMENTE LA VOSTRA COMPETENZA.

(F. Bettger)



BREVI CENNI SULLA PRODUZIONE PASSATA E PRESENTE
DELLE MACCHINE PER CAFFÈ ESPRESSO

Pur tenendo nella dovuta considerazione tutte le macchine espresso costruite dal 1905 in poi, tralasciamo di descrivere i vari tipi costruiti nel periodo che giustamente si può definire pioneristico ed antesignano che va fino al 1925 circa, epoca questa in cui per la grande divulgazione che stava assumendo la macchina per caffè espresso, si abbandonarono i concetti di costruzione artigiana per passare a lavorazioni su basi quasi industriali.

Nel 1925 le marche più importanti erano: Victoria Arduino, La Pavoni, la Bezzera, la Snider, l'Universal, la Carimali, la San Marco, la Condor, la Torino Express, ecc. e le macchine costruite avevano già raggiunto quelle peculiarità tecniche che in linea di massima sono mantenute oggi, tenuto presente però che il principio per la preparazione della bevanda in tazza era quello denominato ad "acqua e vapore".

Nel 1925 le macchine espresso erano nella quasi totalità della forma verticale e cilindrica ed il gruppo "acqua e vapore" sfruttava il caffè secondo il principio della "napoletana" però accelerato dalla pressione di un getto finale di vapore che oltre ad espellere acqua asciugava anche i fondi.

Nell'immediato dopoguerra e cioè intorno al 1947 due fatti nuovi provocarono una vera e propria rivoluzione nel bar e conseguentemente nelle "miscele per bar".

- 1°) - per ragioni estetiche, pratiche e di comodo, si abbandonò completamente la forma verticale per adottare quella orizzontale con i gruppi rivolti verso l'interno del banco.



2°) - i gruppi di erogazione ad "acqua e vapore" poco per volta sparirono per lasciare il posto agli ancora attuali gruppi detti "senza vapore" o meglio "ad idrocompressione" o comunemente a "pistone".

Nacquero così nuove case come la Gaggia, Faema, Eureka, ecc. ed ognuna applicò nuovi metodi e nuovi criteri e tali e tanti furono gli automatismi inventati e gli accorgimenti adottati che l'esercente oggi per fare il caffè non deve tanto saper adoperare la macchina quanto invece saper scegliere:

- a) una miscela buona ed idonea alla macchina
- b) la sua giusta macinatura
- c) una adeguata conservazione del macinato.

COME E' FATTA LA MACCHINA PER CAFFE'

Le macchine per caffè espresso si suddividono:

- 1°) macchine funzionanti a caldaia
- 2°) macchine funzionanti senza caldaia e dette "istantanee"
- 3°) macchine miste e cioè con gruppi a caldaia e con gruppi istantanei
- 4°) macchine automatiche.

Le macchine funzionanti a caldaia costruttivamente sono formate da:

una caldaia in rame stagnato di spessore sufficiente per resistere alla pressione che si forma internamente per effetto del riscaldamento dell'acqua. Le capacità delle caldaie vanno da un minimo di 3 litri ad un massimo di 35/40 litri. Le grandissime macchine da sei od otto gruppi di solito hanno due caldaie. Nella caldaia 2/3 del volume serve per l'acqua mentre



il restante terzo serve per contenere il vapore. La pressione di lavoro oscilla a seconda delle marche da 1/2 atmosfera fino a 2, però tutte le caldaie sono controllate dall'Ente Combustione che le controlla e le numera presso le fabbriche mandandole fino a 7 atmosfere e le controlla nuovamente presso il cliente ad installazione avvenuta mandandola a due atmosfere. Nell'interno della caldaia di solito sono saldati i tubi di rame stagnato per le varie prese necessarie al funzionamento mentre nella parte esterna sono chiodati o saldati gli attacchi per i gruppi erogazione caffè, gli attacchi per i rubinetti bibite e gli attacchi per il fissaggio della caldaia alla incastellatura.

una incastellatura che a seconda del tipo di macchina può essere in ottone, ghisa, alluminio o ferro, comunque dovrebbe essere di materiale pesante per fare da base a tutta la macchina.

un fasciame che oltrechè dare forma estetica alla macchina, protegge gli organi interni; esso può essere formato da parti in lamiera di ottone, nichelato o cromato, in lamiera similoro, in lamiera di acciaio inossidabile e da parti in ottone o bronzo fuso nonché in materiale plastico.

uno o più gruppi di erogazione caffè

un livello per il controllo dell'acqua in caldaia

un manometro per il controllo della pressione in caldaia

uno o più rubinetti bibite vapore, che servono, sfruttando il vapore esistente in caldaia, per il riscaldamento di bibite o liquidi. E' indispensabile il vapore per preparare il latte per il cappuccino.

uno o più rubinetti bibita acqua, che hanno la funzione di permettere il prelievo di acqua calda per la preparazione di bevande come the, camomilla, ecc.



un rubinetto a scatto per far entrare l'acqua fredda in caldaia

una valvola di sicurezza

un mezzo di riscaldamento elettrico, a gas o gas liquido

Le macchine dette istantanee o miste differenziano dalle prime esclusivamente per l'assenza della caldaia mentre quelle automatiche sono caratterizzate di solito dalla applicazione di un mezzo tecnico che fa funzionare il gruppo di erogazione caffè.

La parte essenziale quindi che contraddistingue la macchina per caffè è il gruppo erogazione caffè ed è appunto su questo argomento che dobbiamo accentrare tutta la nostra attenzione, come in seguito faremo.

LA FORTUNA E' CIO' CHE IL VOSTRO VICINO OTTIENE QUANDO AFFER
RA E SFRUTTA UNA OPPORTUNITA' CHE VOI GLI AVETE LASCIATO NEL
LE MANI

A TUTTO IL PERSONALE LAVAZZA INTERNO ED ESTERNO



CHIEDIAMO NUOVAMENTE
LA VOSTRA COLLABORAZIONE

Ancora qualche mese e poi "Notizie Lavazza" avrà due anni: questi fogli d'informazione, creati con entusiasmo per creare un maggior affiatamento fra tutti i componenti della grande "Famiglia Lavazza", hanno cercato di mantenerVi il più possibile al corrente della attività a cui dedicate tutte le Vostre giornate lavorative.

Sono stati pubblicati articoli dedicati in modo particolare al caffè, alla sua coltivazione, commercio e consumo. Parecchi scritti riguardavano la vendita cercando di fornire utili indicazioni a quanti fra i lettori si dedicano a questo importante ed in sostituibile lavoro di produzione.

Siamo certi però che molto ancora si può fare affinché "Notizie Lavazza" rispecchi più fedelmente e con tempestività la vita dell'intera organizzazione, dalla sede di Torino a tutta la rete dei distributori e venditori, ben compresa l'attività delle gentili signore e signorine preziose collaboratrici in ogni sezione pro duttiva della nostra Società.

Ma sono soprattutto i Vostri problemi che intendiamo illustrare: il lavoro di ogni giorno e di ciascuno di Voi nel quadro di un vasto e moderno complesso industriale. Intendiamo ridurre gli articoli dei pochi soliti redattori a favore di una più vasta discussione scritta a cui tutti partecipino.

Finora si è fatto qualcosa per raggiungere questo scopo ma ancora molto si può fare per migliorare questa pubblicazione: VI SAREMO PERCIO' GRATI SE VORRETE RINVIARCI COMPILATO IL QUESTIONARIO QUI ALLEGATO. Le indicazioni che ci fornirete costituiranno una validissima forma di collaborazione al nostro lavoro redazionale.

Vi ringraziamo in anticipo per l'attenzione che ci vorrete riservare e rimaniamo in attesa delle Vostre risposte.

"NOTIZIE LAVAZZA"
La Redazione

P.S. : Il questionario, che dovrà risultare completamente anonimo, una volta compilato deve essere inviato nella busta allegata, già fornita di affrancatura ed indirizzo.



REFERENDUM FRA I LETTORI DI "NOTIZIE LAVAZZA"

(tracciate una crocetta in corrispondenza delle risposte prescelte)

- 1) Lei legge il nostro notiziario?
- | | |
|----------------|---|
| Regolarmente | 0 |
| Saltuariamente | 0 |
| Quasi mai | 0 |
- 2) Ne legge la maggior parte degli articoli oppure soltanto alcuni?
- | | |
|---------------|---|
| Maggior parte | 0 |
| Solo alcuni | 0 |
- 3) Vi sono altre persone che leggono normalmente il notiziario a Lei inviato?
- | | |
|------------|---|
| Coniuge | 0 |
| Figli | 0 |
| Parenti | 0 |
| Conoscenti | 0 |
| Solo io | 0 |
- 4) Nel nostro notiziario vi sono argomenti che particolarmente La interessano?
- | | |
|----|---|
| SI | 0 |
| NO | 0 |

Se si quali?

.....
.....
.....



5) Di questi temi quali gradirebbe venissero trattati?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> storia del caffè | <input type="checkbox"/> problemi previdenza, assistenza |
| <input type="checkbox"/> lavorazione del caffè | <input type="checkbox"/> i nostri clienti |
| <input type="checkbox"/> mercato italiano del caffè | <input type="checkbox"/> filiali e depositi |
| <input type="checkbox"/> reparti aziendali | <input type="checkbox"/> nuovi mercati |
| <input type="checkbox"/> storia dell'azienda | <input type="checkbox"/> cultura professionale |
| <input type="checkbox"/> nuove attrezzature | <input type="checkbox"/> il venditore del mese |
| <input type="checkbox"/> cronaca aziendale | <input type="checkbox"/> consigli legali |
| <input type="checkbox"/> interviste col personale | <input type="checkbox"/> organizzazione esercizi pubblici |
| <input type="checkbox"/> nuovi prodotti | <input type="checkbox"/> lettere al direttore |

altri temi
.
.
.
.

6) Secondo Lei il nostro notiziario dovrebbe avere delle illustrazioni?

- | | |
|----|---|
| SI | 0 |
| NO | 0 |

Se 'si, ha delle preferenze?

- foto del personale
- " scattate dal personale
- " di vetrine di clienti
- " di parti dello stabilimento
- " di fasi della lavorazione

.
.
.
.



7) Desidererebbe collaborare con suoi scritti?

SI	0
NO	0

Se si, di quali argomenti?

.....
.....
.....

8) Ha dei suggerimenti da sottoporci?

.....
.....
.....
.....
.....