

notizie

**LAVAZZA**

**4**





# **Notizie Lavazza**

**N. 4**

**Aprile 1960**

**Pubblicazione mensile  
riservata al personale  
della Società Lavazza**

## **SOMMARIO**

- pag. 3      Non si è ancora spenta l'eco...
- pag. 4      Il caffè - Provenienza e caratteristiche dei caffè Brasiliani
- pag. 5      Notizie Lavazza
- pag. 5      Andamento del mercato di origine del caffè
- pag. 7      Vetrine
- pag. 8      Autobar Lavazza
- pag. 11      Vendite e venditori di marzo
- pag. 12      I Caffé a Torino
- pag. 13      Visita al deposito di Asti
- pag. 15      Collaboriamo - Il credito ai commercianti

# Non si è ancora spenta l'eco ....

*Non si è ancora spenta l'eco della fulminea partenza del Paulista che la Lavazza cambia già la sua destinazione pubblicitaria.*

*In cantiere fervono gli ultimi preparativi per il varo della Miscela Lavazza al 1° Maggio 1960. È tattica di guerra portare una nuova offensiva in un altro settore mentre il nemico è ancora indaffarato a costruire degli argini ad un'avanzata che prosegue quasi da sola.*

*E mentre occorrerà, da parte della concorrenza, distogliere parte delle forze poste a guardia del Paulista, per arginare le nuove offensive, il Paulista sarà mantenuto vivo ed insidioso con radio e campagne vetrine.*

*La Fiera di Milano nella sua XXXVIII Edizione ospita il nostro Autobar e ben 4 carrelli in pieno assetto di guerra.*

*« Cafè Paulista » risuonerà sempre di più quale motivo dominante della bella campagna delle confezioni sotto vuoto spinto.*

**Si prega:** *Chi non ricevesse con regolarità questo notiziario di segnalarlo a* **NOTIZIE LAVAZZA - C. Novara 59 - Torino**

**Numeri arretrati sono a disposizione di chi ne faccia richiesta**



## Provenienza e caratteristiche dei caffè Brasiliani

Su una produzione annuale di circa 50 milioni di sacchi (1 sacco = 60 Kg.) le piantagioni centro e sud americane sono le maggiori produttrici: da esse infatti provengono annualmente più di 39 milioni di sacchi, restando il residuo appannaggio degli stati Africani (9 milioni) e Asiatici (1 milione) produttori di caffè.

Il Brasile gioca un ruolo importantissimo nel mercato del caffè. La vastità del suo territorio, le differenti condizioni climatiche, fanno sì che il caffè prodotto in ogni stato presenti gusto e apparenza diversi.

25 milioni di sacchi sono stati prodotti dal Brasile nel 58-59 e la produzione viene così distribuita secondo la qualità:

|            |            |
|------------|------------|
| SANTOS     | 12.000.000 |
| PARANÀ     | 6.000.000  |
| MINAS      | 4.000.000  |
| VICTORIA   | 2.000.000  |
| RIO        | 300.000    |
| BAHIA      | 300.000    |
| PERNAMBUCO | 200.000    |

I caffè brasiliani prendono la loro denominazione o dallo stato di provenienza o dal porto d'imbarco.

La tabella sopra riportata rappresenta anche la scala qualitativa del caffè brasiliano.

Il Santos, di grana media, uniforme, di colore verdolino, è il caffè di gusto classico: in tazza si rivela dolce e profumato, leggero. Fino a poco tempo fa i caffè in Brasile erano tutti naturali, solo da poco (specialmente per le qualità più fini) si è introdotto anche il sistema per via umida.

I Paranà hanno con il Santos una naturale similitudine.

Dal Minas provengono caffè dal gusto più forte del Santos già preannunciando all'odore il gusto di Rio, mentre la varietà Sul de Minas è di livello paragonabile al Santos.

I Rio e Victoria sono caratterizzati dalla grana più grossa e dal caratteristico difetto di «marino» (gusto aspro e spiacevole definito «Rio flavour»); nel Victoria è inoltre riscontrabile il gusto di terra.

Bahia produce caffè poveri, più volte contenenti

gusto di fumo per via del processo di essiccazione avvenuto a mezzo di bracieri, in quanto, coincidendo il periodo del raccolto con quello delle piogge, la lavorazione avviene al chiuso. Dal porto di Recife giunge il Pernambuco che presenta per il caffè proveniente dalla parte meridionale dello stato, una bella grana ed un alto tenore di caffeina, mentre per quello prodotto nel restante territorio si riscontrano difetti e povertà di gusto.

I caffè brasiliani vengono classificati ai fini della loro quotazione attraverso uno standard fissato dalla Borsa di New York e accettata dalla Borsa di Santos.

Con tale sistema i tipi vengono determinati non in base alla grossezza della grana, al gusto, al colore, ma invece in base alla presenza di corpi estranei a cui corrisponde un diverso valore espresso in difetti.

Ad esempio:

|                 |             |
|-----------------|-------------|
| 1 grana nera    | = 1 difetto |
| 1 pietra grande | = 5 difetti |
| 1 legno medio   | = 2 difetti |
| 5 grane rotte   | = 1 difetto |

e così via. Con questa tabella di equivalenze dei difetti si controllano i vari campioni e si determina quindi la graduazione sulla stregua dell'analisi fatta.

Sarà tipo 2 New York il caffè con 4 difetti  
Sarà tipo 4 New York il caffè con 26 difetti  
Sarà tipo 5 New York il caffè con 46 difetti  
Quando pertanto, ad es. si dice Santos tipo 4, ci si riferisce ad un Santos con 26 difetti, e così Victoria 5 rappresenta un Victoria con 46 difetti. Accanto poi a questa classifica ne esiste un'altra valida internazionalmente per i tipi brasiliani.

FANCY

corrispondente al tipo 2 N.Y.

EXTRA PRIME

corrispondente che sta tra il 2 e 3 N.Y.

PRIME

corrispondente che sta tra il 3 e 4 N.Y.

GOOD, REGULAR, ORDINARY.

Il raccolto viene effettuato da giugno a settembre.



# Notizie LAVAZZA

L'Organizzazione Commerciale Lavazza si può sotto certi riguardi paragonare al motore di un'automobile: per erogare tutta la sua potenza deve essere perfettamente a punto.

E quando potrà considerarsi tale la ns. Organizzazione? Quando tutti i suoi elementi gireranno al regime di 300 visite settimanali con una media di 50 giornalieri.

Solo allora infatti potrà rispondere con vertiginosi sprint all'acceleratore della pubblicità, superare agevolmente le salite più impervie e stroncare inesorabilmente sulla distanza i più forti avversari.

Riassumiamo in breve che cosa ci dicono finora in merito i ns. strumenti, le Relazioni, attraverso i quali rileviamo l'efficienza, sotto questo aspetto fondamentale, dei singoli elementi.

A TORINO i nuovi sistemi, che si sono innestati su una tradizione più che cinquantennale, hanno trovato proprio in Cantarella, Ducato ed Odasso, gli alheri della vecchia guardia, i loro più convinti assertori. I risultati della metodica ed accurata preparazione: più di venti viaggiatori in una sola provincia, che raggiungono tutti regolarmente i loro traguardi, con lusinghieri risultati di quantitativo.

La cronometrica precisione di funzionamento del Deposito di Torino ha risvegliato immediatamente l'atavico e salutare antagonismo dei colleghi di MILANO, che sotto la guida di Valagussa si sono messi all'opera con lo spirito delle Cinque Giornate e si sono immediatamente adeguati alle nuove direttive, tranne pochissime eccezioni, per le quali è solo questione di giorni.

Testuale da una Relazione di Bergamini di ASTI: «Io, Barbisin, non li sto a guardare e nemmeno per idea voglio farmi acchiappare!».

Da chi non vuole farsi acchiappare? Da Castaldo ed Ottazzi che, superate le 300 visite settimanali, si sono messi in testa di raggiungere le 400 del loro inarrivabile «Padre».

Parlare ai viaggiatori dei Depositi gemelli di Biella e Novara di 300 visite settimanali significherebbe farli sorridere di compatimento e farebbe addirittura sghignazzare il grande Trotto (500 visite).

A questa omerica risata risponderebbe senz'altro Gasparini da RIMINI (pure 500 visite).

Il Deposito di LA SPEZIA ha trasformato il principio delle 300 visite in una equazione matematica, per cui il totale della settimana rimane invariato, qualunque siano gli avvenimenti od i contrattempi che possano modificare il numero giornaliero.

Continuando a girare le manopole delle Relazioni vediamo sfilare tutti gli altri «Trecentisti»: Bettocchi di BOLOGNA, Rolando di ALESSANDRIA, Orlandi di CREMONA, Cappello di VOGHERA, Borra e Barbarini di PARMA, Ferraris e De Mattei di SANREMO, Rech e Cench di COMO, Frittoli Franco di BRESCIA ed anche coloro che sono in difetto. Questi sono . . . . . No! non nominiamoli questa volta. Molti di essi sono così vicini al fatidico numero, che il prossimo mese saranno senz'altro sull'Albo d'Onore.

Preferiamo invece rivolgerci all'ignoto viaggiatore che, nonostante l'appello rivoltogli sul precedente notiziario, continua ad inviarci relazioni anonime, per pregarlo questa volta di attendere, prima di svelarci la sua identità, che i suoi giri giornalieri siano conformi ai principi basilari della ns. Organizzazione, perchè solo allora potrà mostrare il vero volto del Venditore Lavazza.

**Attenzione!** *Non prima del 30 maggio ci giunge la nuova autorizzazione Ministeriale per i buoni-sconto nella nuova loro versione "Cafè Paulista", Limitare per ora le iniziative collegate ai buoni*



# Andamento del mercato di origine del caffè

*In questi ultimi tempi non vi sono state novità sul mercato internazionale del caffè: è stata constatata una maggiore stabilità nell'andamento del prezzo sui mercati di origine. Diverse sono le cause tra cui possiamo citare la scrupolosa osservanza da parte dei paesi firmatari dell'accordo internazionale di Washington del settembre 1959 che, limitando severamente l'esportazione del caffè, ha contribuito, almeno per il momento, a tenere alti i prezzi. Un'altra causa sono gli acquisti di caffè effettuati da paesi del blocco orientale, che finora ben poco avevano fatto sentire la loro influenza come acquirenti mentre ora si sono dati all'acquisto del caffè, sia per ragioni politiche volendo influenzare favorevolmente i paesi produttori, sia perchè anche oltre cortina sta aumentando il tenore di vita delle popolazioni e quindi il consumo del caffè.*

*Nonostante questa fermezza del mercato — dovuta anche alla fine del periodo del raccolto in alcuni importanti paesi ed alle incerte previsioni che si hanno sul nuovo raccolto — la situazione non è rosea. Si prevede infatti un aumento della produzione che, seppure compensato da un aumento del consumo per il quale si fa una intensa propaganda — negli Stati Uniti si arriva a consigliare di aumentare la quantità di caffè impiegato per ogni tazza — fa presagire che le scorte mondiali di caffè aumenteranno ancora sì da raggiungere, come*

*quantitativo, il consumo annuo mondiale: cioè pur rimanendo fermo il consumo di caffè, alla fine dell'anno rimarranno invenduti 40 milioni di sacchi: per risolvere la situazione e per smaltirli tutti occorrerebbe che il consumo mondiale di caffè raddoppiasse.*

*Una novità del ramo è che alla borsa di New York è stato istituito un nuovo contratto, il contratto « R » (Robusta) in aggiunta ai due esistenti « B » (Brasile) e « M » (Centro America). Il nuovo contratto « R » è utile per gli operatori in caffè africani e permette la contrattazione di caffè dell'Angola, Uganda, Congo Belga, Costa d'Avorio e Madagascar. È basato sull'Angola e sono previste differenze con gli altri tipi e preparazioni.*

*Non vi sono state finora eccessive contrattazioni sul contratto « R » e quindi non si è potuto ancora delineare perfettamente la relazione tra questo contratto e gli altri due: in breve non si è ancora ben definito il rapporto tra il prezzo di borsa dei caffè africani e quello dei caffè brasiliani e del Centro America. E questo anche per l'incerta situazione politica di alcuni paesi africani.*

*Riassumendo possiamo dire che il prezzo sui mercati di origine tende ad essere sostenuto sebbene calmo, cioè senza eccessivi sbalzi di contrattazioni: a meno di improvvisi cambiamenti politici in Africa o meteorologici in Brasile.*



# Vetrine

*Queste sono  
le vetrine premiate*



Il produttore S. CAPPELLO  
ha vinto il premio con questa vetrina  
allestita a MEDE (Pavia) per il cliente M. DELLA TORRE



Questa bella vetrina allestita a CHIARI  
è opera dell'agente FRITTOLE FRANCO



Vetrina allestita a ISSO  
dall'agente MARUZZI - Milano





# Qui Autobar

**LAVAZZA**

Dopo i necessari preparativi, domenica 13 marzo, il complesso AUTOBAR ha puntato decisamente su Civitavecchia per imbarcarsi per la Sardegna. Giunti però sottobordo diverse difficoltà d'ordine tecnico hanno consigliato di soprassedere all'imbarco del grosso Autobar ed allora Marchelli, Biella e Volpi sono partiti egualmente e Naretto rimase a terra con l'Autobar per ritornarsene da solo alla Spezia, non senza aver prima visitato per bene la nave e fotografato il pulmino-bar mentre lo issavano a bordo.

Nonostante le pessime previsioni metereologiche la traversata fu ottima; la partenza avvenne alle 19 e dopo qualche minuto quando già la nave sfilava dal porto e gli ultimi addii si affievolivano sul molo, un saluto inaspettato ma non per questo meno caldo ed augurale ci pervenne via radio dalla viva voce del Dr. Pericle che, in quel momento, sulla rete nazionale illustrava le prerogative dell'industria del caffè e le peculiarità tecniche dello stabilimento Lavazza di Torino.

Al mattino successivo calorosa e cordiale fu l'accoglienza riservatavi a Cagliari dal Dottor Carta e dai suoi collaboratori, i quali subito ci portarono al quartiere fieristico dove fervevano i



A bordo, mediante il nuovo impianto di amplificazione del pulmino-bar, si ascolta la voce del Dr. Pericle

lavori di allestimento per la imminente apertura della Fiera.

Infatti il Dott. Carta valendosi delle geniali iniziative del fratello e della collaborazione tecnica del sig. Garau della Cimbali, aveva costruito tre originali carrelli-bar che tanto successo riscossero poi durante la Fiera sia per la loro funzionalità che per il richiamo di pubblico. Inoltre lo Stand LAVAZZA ideato dal Dott. Carta e basato su di una enorme lattina sempre in rotazione rappresentò la novità della Fiera e contribuì assai al successo ed alla affermazione del Café Paulista in tutta l'isola.

Ma, inaugurata la Fiera, si doveva iniziare il lavoro vero e proprio ed il pulmino-bar si trovò a dover affrontare da solo il giro pubblicitario dell'isola con il grave compito di cancellare nei piazzisti la prima delusione dovuta al mancato arrivo dell'AUTOBAR grosso ed ancor più di riuscire ad attirare egualmente l'attenzione degli esercenti e del grosso pubblico.

Ma già nel nuorese con il sig. Mulleri e poi ad Ozieri, Tempio ed Olbia con Sanna, e via via a Sassari con Poddighe ed Ortu, a Macomer, a Cuglieri ed Oristano con Laconi, a Cagliari con Marabotto, a Quartu con Tolu, ad Iglesias, Carbonia, ecc. il pulmino raccolse intorno a sé il meglio degli esercizi e dei negozi e, fra le tazzine offerte, i buoni sconto distribuiti, figurine ed altro, si può ben dire che la LAVAZZA ha incominciato a far capire la potenza della propria organizzazione e con le « confezioni sottovuoto spinto » a sovvertire nei consumatori



La manovra d'imbarco



# AZZA



l'abitudine di acquistare solo caffè sfuso e di bassa qualità.

Il Dott. Carta ha saputo poi talmente infondere nei propri collaboratori il Café Paulista che arrivando al deposito di Sassari, siamo stati accolti nientemeno che dal sig. « Cangaceiro » in persona e quindi nessun stupore se il giorno 28 non c'erano più lattine disponibili e quasi tutti eravamo con il Dott. Carta all'aeroporto di Elmas ad attendere il signor Emilio con la speranza che ci portasse qualche cartone di Paulista.

Il giorno 30, chiusa la Fiera di Cagliari ed a conclusione del giro propagandistico il pulmino-bar ripercorreva nuovamente tutta la meravigliosa « Carlo Felice » per imbarcarsi a Porto Torres per Genova. Il giro forse fu un po' affrettato ed alcune contrade non furono battute ma gli improrogabili impegni della Fiera di Milano ci richiamavano in Sede come



Arriva il Sig. Emilio all'aeroporto di Elmas



Al mercato di Nuoro



Il Sig. Biella alle prese con i vigili urbani

pure il sig. Emilio ripartiva in aereo per Napoli impegnato per l'apertura di quel nuovo Deposito.

Nondimeno l'aver messo in subbuglio le piazze dei mercati richiamando l'attenzione delle massaie ed ancor più l'aver interessato anche gli uomini inducendoli ad assaggiare il caffè, ad



Un po' di confusione al mercato di Quartu mentre si distribuiscono i buoni-sconto



usufruire immediatamente del buono-sconto, entrare nel negozio adiacente, acquistare la lattina e portarsela a casa, tutto ciò ci fa convinti che le confezioni sottovuoto, come tutto il caffè confezionato trova sempre più una accoglienza favorevole ed in qualsiasi ambiente.

Così mentre per le pianure del Campidano che la primavera rivestiva di verde oppure per gli sconfinati altipiani od attraverso montagne frastagliate e dentellate, la petulanza del nostro altoparlante ha disturbato la quiete millenaria dei nuraghi, il tranquillo andare degli armenti, la pace dei meravigliosi oliveti o dei contorti querceti, al tempo stesso la voce del pulmino ha salutato pastori, contadini e viandanti ed appressandosi ai centri abitati ha richiamato sull'uscio di casa donne e bambini.

A conclusione di questa succinta cronistoria ci sia concesso di complimentarci vivamente col Dott. Carta e con tutti i suoi solerti collaboratori per la passione e l'entusiasmo coi quali lottano quotidianamente, nonostante le gravi difficoltà organizzative e di ambiente, e ciò per mantenere il predominio nei Bar (in Sardegna il caffè Lavazza è affermatissimo nei bar) ed anche per fare entrare in ogni casa dell'isola le lattine sottovuoto Paulista e Lavazza.

Naturalmente l'aumento del ritmo delle vendite in Sardegna si devono affrontare importanti problemi di carattere organizzativo che il Dott. Carta saprà brillantemente risolvere come brillantemente, riprendendo una tradizione di famiglia ha saputo in poco più di un anno introdurre nuovamente il caffè LAVAZZA in tutta l'isola.



Sotto gli eucalipti di Carbonia il Sig. Emilio ed il Dott. Carta tracciano il programma per il potenziamento delle vendite in Sardegna



Anche a Sassari Caffè Paulista, profumatissimo!



Volpi spegne la macchina da caffè. Il compito del pulmino-bar è terminato. Addio antichi nuraghi; arriverci al prossimo anno!



Lo stand ed un carrello in allestimento



# Vendite e venditori di marzo 1960

Matematicamente certi che tutto avrebbe funzionato bene nel mese di marzo, abbiamo dovuto invece constatare che la matematica, in questo caso, è stata solo un'opinione.

Il complesso Paulista ha infatti funzionato benissimo, con un impeto tale e con una rapidità sorprendente tanto da far saltare fuori diagramma le matite.

Abbiamo toccato nelle vendite in marzo il quantitativo più alto raggiunto dalla Lavazza finora nei normali mesi dell'anno, e c'è stato un ancoramento stabile a tutte le percentuali più richieste.

Il Paulista, questo fatto nazionale, ha trovato un mercato maturo a riceverlo, e soddisfatto, a continuare nell'acquisto: cade davanti alla marca ben impostata la resistenza apposta dalle svariate confezioni-premio, e c'è di più: abbiamo le prove che molti, moltissimi consumatori sono passati dal giallo, viola ed anche omaggio, al Paulista.

Il quantitativo Paulista moltiplicato di diverse volte quello venduto nel mese scorso ha raggiunto una quota tanto elevata da garantire alla casa il successo anche solo se mantenuta.

Per cui il numero di nuove clientele è stato veramente impressionante: 1883! con delle punte altissime specie nei nuovi depositi (Trento, Venezia) o nelle zone da poco riorganizzate (Torino Provincie, Asti, Torino Bar, Bergamo, Vognera, La Spezia, Firenze, Ferrara, Padova) o per il valore del produttore singolo (Ferrari, Monti, Maruzzi, Orlandi, Gasparini, Borra, Barbarini, Modenese, Bertolucci, Notari, Carte). Anche Doria a Chiavari ha realizzato un buon numero di clienti nuovi, ma c'è lo zampino dell'autobar che, dirottato dalla Sardegna, ha trovato il suo impiego per i « Corsari » della Costa di Levante con il Biscaldi divenuto leggendario in tali zone, e con il Beano, a cui uno sfortunato incidente d'auto ha fatto sospendere l'azione.

Per i quantitativi del « sotto vincolo » solo 2 (uno a Bologna ed uno a Brescia) sono rimasti lontani dal traguardo: ed infatti la lista dei premiati è lunghissima in tutt'e due le categorie. Non parliamo poi delle cartoline: ne abbiamo ricevute fino a 15 da alcuni produttori, ma a conti fatti la media è sulle 4 cartoline.

Gedda e Colombo inviandoci numerosissime cartoline ci hanno dimostrato quanto buon lavoro hanno potuto svolgere nella loro zona; dalla Sardegna ci giungono notizie consolantissime dello svolgimento della campagna; Peracchio da Casale, Marini da Reggio Emilia, da Monza Cervini, dal Veneto Calvelli e Gasperini completano le belle affermazioni tra i concessionari.

Intanto si completano le file dei produttori in ordine alle coperture totali a tutte le zone.

## Da TORINO:

2 nuovi figli sono stati svezzati dalla infernale coppia Ducato Odasso. Ceste ed Ingarano hanno portato con la loro presenza a ben 23 produttori operanti individualmente a Torino.

## Da BIELLA e NOVARA:

Grande e Gerola sono entrati in orbita in attesa che il giro statistico determini definitivamente la loro zona come quella dei loro colleghi.

## Da MILANO:

Falce ha superato i suoi primi esami, ma intanto a Torino si stanno allestendo i 4 automezzi per iniziare la invasione di Milano.

## Da VENEZIA:

Botta e Franco sono i due produttori che coadiuvano Mello nell'entrata in Venezia. Mentre per aprile si prevedono novità a Rimini, Napoli, Mestre, Ravenna, Ancona, Torino e Milano.

Mese di tregua, in aprile per l'Autobar: l'eroico equipaggio « riposa » alla Fiera di Milano.

★

Una segnalazione al merito speciale viene conferita ai Sig.ri Marini, Alberto, Barberis del deposito di Savona ed al Sig. Ferraris del deposito di San Remo per la magnifica azione eseguita nell'incasso crediti.

A loro spetta di iniziare la serie di quei produttori che particolarmente si distingueranno in questo campo.



# I CAFFÈ A TORINO

Gaia senza strepito, altera senza orgoglio, Torino può dirsi l'ultima conservatrice dei caffè storici nazionali. Quando si aprirono i primi caffè a Torino? Nel 1700 già si può credere che esistesse qualche bottega da caffè. I locali erano angusti ed oscuri, sedie, tavole e panche di legno; le tazze avevano la forma di scodelle senza manico. I caffè andarono crescendo di numero e nel 1839 se ne contavano a Torino novantotto. Alcuni caffè erano sulla via Dora Grossa, nella contrada Nuova (le attuali vie Garibaldi e Roma) nella contrada dell'Accademia, ora via Verdi, a S. Carlo e nella piazza Castello. Al principio del 1800 risale la fama del Florio, che, dopo la restaurazione reale del 1814, accolse il fiore di Torino. Il caffè fu una delle maggiori fucine della pubblica opinione, e Carlo Alberto, si preoccupava dei giudizi che uscivano dal caffè Florio. Il caffè Florio accolse accanto agli aristocratici anche mercanti di cavalli, fantini e piccoli borghesi che si infiltravano tra gli eleganti e i signori; più tardi ebbe tra i clienti i democratici e allora comparve sulle vetrine la nuova denominazione « Caffè della Confederazione Italiana ». Agli avvenimenti del Risorgimento si riallacciano le memorie di un caffè che ebbe gran fama: il Nazionale. Fu qui che l'8 febbraio 1848 fu letto, ancora prima dell'affissione in pubblico, il proclama di re Carlo Alberto che prometteva la Costituzione. Al Nazionale andavano gli ufficiali dei bersaglieri, i professori dell'Accademia Albertina, tutti fedelissimi clienti.

Il caffè Madera era un convegno di giuocatori che chiameremo professionisti, e di lettori di giornali e riviste che vi abbondavano: il caffè si apriva fra le vie Lagrange ed Ospedale. E fu in questo piccolo caffè che furono gettate le basi della « Gazzetta del Popolo ». Sfilano nelle memorie della regal Torino altri vecchi caffè, ritrovi di svariate classi sociali: l'Azeglio, in via Principe Amedeo, il caffè degli ebrei; il Bedotti, in via Dora Grossa, che aveva una clientela di avvocati e procuratori; il Brunetto, il Corso, il Dante, il Piemonte. La colonia veneziana pre-

feriva fermarsi al Venezia, mentre gli emigrati da altre provincie frequentavano di preferenza il Pontida, in piazza Vittorio Emanuele. Ora molti di questi caffè della vecchia Torino sono scomparsi. In quella che fu chiamata la piazza di Torino, l'antica piazza delle Erbe, dove sorge il Municipio, nella via Corte d'Appello, nella Contrada dei Panierai, divenuta via Palazzo di Città, per lungo giro d'anni ebbero vita ritrovi più o meno famosi, ma che tutti contribuirono a dare alla vita di Torino una specialissima fisionomia, ricca di aneddoti, di tipi e di figure che il tempo non tutte ha fatto cadere nell'oblio. Qualcuno degli scomparsi caffè di Torino ebbe una vera storia: tra questi il caffè del Progresso. Di stile rinascimentale, sorto più di un secolo fa ad opera del marchese Carlo Emanuele Birago di Vische, per la sua originale planimetria ricordava lo scafo di una nave. Ne fu architetto il famoso Alessandro Antonelli. Il marchese lo eresse in un luogo allora solitario, fra i prati, per creare un rifugio ai Carbonari e la costruzione fu un po' avvolta dal mistero, perchè si fecero due piani sotterranei e due innalzati; due gallerie vennero aperte come vie di scampo ai Carbonari. Grande sorpresa per i torinesi vedendo aperto un caffè in un luogo deserto! Vi erano sale di stile impero, poltroncine di velluto rosso, tavolini di marmo. Deserto di giorno si animava di sera. Una botola portava ai sotterranei delle riunioni dei Carbonari. Si chiuse dopo quattro anni dalla morte del suo proprietario, il garibaldino Alessandro Dalmazzo. La via dei Portici di via Po, non potrebbe essere narrata senza ricordare il Diley. Qui si accampavano gli ultimi vecchi borghesi dai solini inamidati. Un altro vecchio caffè, il Molinari, dovette cedere alla legge del tempo e questo caffè della bohème dorata, lasciò tanti cocenti rimpianti. Sui rossi divani del Molinari si dettero convegno letterati ed artisti, attori ed attrici, scrittori, tribuni ed uomini politici. Comunque Torino fu come Venezia oltre una delle prime città italiane ad aprire botteghe da caffè, anche fra le ultime città in cui si vide resistere questa tradizione.



# Visita al deposito di Asti

Questa settimana è di turno il deposito di Asti. Senza tema di smentite siamo certi che questo deposito è il gruppo a carattere più familiare che esista in tutta l'organizzazione Lavazza.

Cercate di seguire questa complicata situazione: Bergamini Giovanni, detto « Barbisin », è capo deposito, i venditori sono i signori Ottozzi Romano e Castaldo Giovanni. La segretaria è la signorina Rango Maria Rosa.

Il signor Ottozzi e la Signorina sono promessi sposi.

La signorina è cognata di Barbisin il quale è cugino di Castaldo.

Il signor Castaldo, poi, per paura che sua moglie svolta un'attività lontana dalla grande madre Ditta Lavazza, l'ha impiegata presso uno scatolificio che produce involucri destinati appunto alla Sede Centrale di Torino.

Si tratta quindi di una sede periferica effettivamente costruita intorno al desco e al focolare. Parliamo di ciascuno dei componenti.

Il signor Bergamini è da tutti definito « Barbisin » per via di un paio di baffi prepotenti che certamente non sfigurano di fronte a quelli del faccione Paulista, questi baffi inoltre, sono continuamente messi in evidenza in tutta l'area di vendita con un vigore ormai leggendario.

L'arrivo di « Barbisin » è ormai sinonimo di almeno 5-6 cartoni di caffè acquistato.

Il nostro amico vende caffè dal 1949, e in passato ha fatto i mestieri più strani, per la verità sempre onorati. Il periodo aureo della sua famiglia è stato quello in cui gestiva una avviata impresa di pompe funebri. Successivamente si è fatto conoscere presso tutti i trasportatori italiani per la sua spericolatezza nella guida di potenti autotreni. L'unico particolare un poco avvilente era che la sua bassa statura lo obbligava a tenere un grosso spessore sull'acceleratore perchè non riusciva a effettuare le manovre agevolmente.

Da quando è nella nostra famiglia, l'amico « Barbisin » è un grande entusiasta della nostra ditta e del suo lavoro. L'episodio che più lo ha commosso nella sua vita di venditore è stato il giorno di San Luigi del 1950, in cui una poderosa autocolonna composta di ben 50 macchine Lavazza ha attraversato la sua città natale. In quell'occasione « Barbisin » guidava l'autocolonna con un fare, a detta dei suoi col-



Bergamini Giovanni detto « Barbisin », Castaldo Giovanni  
Rango Maria Rosa Ottozzi Romano

laboratori, più vicino a quello di un comandante di una divisione corazzata, piuttosto che di un sia pur bravo capo deposito.

Tutta l'area del deposito di Asti comprende solo 160.000 abitanti e i tre venditori effettuano circa 1000 visite settimanali. I clienti rilevati sono 2100. Purtuttavia « Barbisin » ha intenzione di figliare due nuovi venditori entro 4-5 mesi. I Clienti personali di « Barbisin » rilevati dal servizio statistico sono circa 400, e quelli serviti 240.

La sua famigliola è composta dalla moglie e da due meravigliose bambine gemelle di otto anni.

Il nostro amico ci assicura che il vederle crescere all'unisono con gli stessi capricci, con le stesse ambizioni, con le stesse malattie e con un doppio costo di manutenzione, è veramente una cosa meravigliosa.

La gentile consorte che per caso è capitata in sede ci dice che il marito è un poco nervoso e che si dedica eccessivamente al lavoro, anche negli assolati pomeriggi domenicali tra un sonnellino e l'altro della siesta, tenta di piazzare qualche cartone all'assonnato parentado che lo circonda.

« Barbisin » è così affezionato al suo lavoro che la riduzione di zona capitatagli recentemente lo addolora soprattutto perchè è stato costretto a rinunciare ai clienti di Bra e di Cuorgnè a cui era molto affezionato e nei giorni di festa va a trovarli per presentare loro le due gemel-



line e per rievocare i fausti giorni in cui depositava protumatissime confezioni Lavazza.

I suoi hobbies particolari sono la pesca che esercita nei suoi 8 giorni di ferie annuali con lo stesso accanimento con cui cerca nuovi clienti nei giorni di lavoro.

Una bellissima Fiat 1100 tenuta con cura da certosino e l'orgoglio di tutta la famiglia.

Il suo massimo desiderio è di poter un giorno possedere una casetta con un piccolo giardino coltivato a pomodori, prezzemolo e ravanelli.

La sua massima ambizione è quella di migliorare continuamente la sua posizione di lavoro per rendere più sicura la vita alla propria famiglia.

Siamo certi che l'amico « Barbisin » riuscirà a coronare questo suo sogno anche perchè i programmi di sviluppo della sua attività sono veramente grandi, e con aspirazioni così precise il successo non può mancare.

Tanto per cambiare, il prossimo parente di « Barbisin » sarà il signor Ottozzi Romano, il quale, il giorno 11 settembre, e ce lo ha precisato con cura meticolosa la signorina Rango Maria, dovrà sposarsi. Vani sono stati i suoi tentativi per spostare la data delle nozze; ormai è incanalato su terrei binari che lo condurranno inequivocabilmente all'altare.

Il nostro amico Ottozzi era collaboratore di « Barbisin » 3 anni fa. Il suo, è il mestiere che veramente desiderava. Infatti fin da ragazzo vendeva appassionatamente frutta e verdura con tricicli e biciclette e, conoscendo « Barbisin » da molti anni era stato allevato alla scuola del venditore con cura meticolosa. Nel suo genere egli si considera quindi un arrivato.

Ha accolto il faccione del Paulista con molta simpatia, perchè a sua detta è straordinariamente somigliante a « Barbisin », e tutto questo dà molto prestigio alla sede.

Le aspirazioni per il futuro consistono naturalmente nell'aumentare la sua attività di venditore; egli ha affidato alle sue cure 856 clienti rilevati di cui ne serve per ora solo un centinaio, ma intende salire molto nella scala dei clienti serviti.

La prossima dolce metà ed inoltre segretaria del deposito è la signorina Rango Maria Rosa, la cui massima passione è quella del cucito. Purtroppo la sorte le ha riservato un destino meno

femminile in quanto la signorina è alle prese quotidianamente con libri paga, controllo di carico e scarico, versamenti in banca, telefonate, ecc. Con grande soddisfazione ci ha comunicato che anch'essa eredita una piccola vendita al banco di 3 q.li di caffè al mese.

Desideriamo ancora citare un particolare che mette maggiormente in evidenza il carattere casalingo di questo deposito: da tempo immemorabili le gite domenicali vengono fatte sempre tra le coppie Ottozzi e fidanzata, e Castaldo e relativa consorte.

E per ultimo parliamo di Castaldo Giovanni. Potremmo definirlo la figura eroica del deposito. Egli è infatti milite attivo volontario della Croce Verde di Asti. Questo lo obbliga alcuni giorni della settimana a prestare servizio notturno; svolgendo questa attività il nostro amico Castaldo ha potuto acquisire un'esperienza in fatto di sventure umane, veramente straordinaria. Sino ad oggi ha saputo guadagnarsi ben 7 medaglie d'argento e due di bronzo. Troppo lungo sarebbe elencare i suoi ricordi relativi a questa attività: si potrebbe cominciare da una recente sventura edile in cui sono periti 11 uomini, per finire alle innumerevoli disinfezioni totali che lui ed autoambulanza subiscono ogni volta che trasportano un ammalato infettivo.

Il nostro amico è sposato da circa un anno e molto filosoficamente attende ancora dalla Direzione il premio speciale per il matrimonio. La sua graziosa consorte è la signora Franca. I suoi passatempi invernali preferiti, autoambulanze permettendo, sono quelli di stare vicino alla moglie, altrimenti, dicono malignamente i colleghi, se le busca.

La sua primissima esperienza di lavoro è stata quella di giornalista (faceva lo strillone) ed anche in questa attività ha dimostrato un grande attaccamento al lavoro perchè ancora oggi i cittadini di Asti si ricordano delle sue urla terrorizzanti.

È uno sportivo accanito, bravissimo nuotatore, pugile e ballerino di boogie-woogie.

Per farla breve, a meno della miccia, potrebbe essere scambiato facilmente per un barile di alto esplosivo.

Concludiamo augurando a questo simpatico e veramente eccezionale gruppo della nostra ditta un prossimo avvenire pieno di soddisfazioni.



## Il credito ai commercianti

Sfogliando i giornali economici o anche i maggiori quotidiani di questi ultimi giorni a molti sarà capitato di posare l'occhio su articoli vari concernenti un disegno di legge, già approvato dal Senato, sui finanziamenti a medio termine alle categorie commerciali.

Che cosa si propone e dove mira questa eventuale legge?

Vediamone brevemente i propositi e i vantaggi perchè è bene che noi, venditori LAVAZZA, che dobbiamo essere sempre informati su fatti e avvenimenti interessanti la categoria con la quale trattiamo, siamo in condizione di rispondere alle domande che i commercianti meno provveduti ci possono porre.

È noto a tutti che molte aziende commerciali, specie di carattere familiare e particolarmente quelle che trattano generi alimentari, che sono poi quelle che interessano a noi, versano in particolari ristrettezze economiche. Non possono quindi disporre di capitali da investire nell'ammmodernamento dei loro negozi, mancano di scorte liquide con le quali acquistare a contanti le loro merci e ciò porta, naturalmente, in un'epoca di continua affermazione dei supermercati, ad un sempre maggior svilimento della loro attività e delle loro piccole aziende. Tutto ciò determina oltretutto una situazione di disagio per il commerciante stesso soprattutto una accesa polemica da parte del consumatore che si vede servito poco bene, da locali che igienicamente lasciano alquanto a desiderare ed accusa i negozianti di esosi guadagni a scapito non solo degli acquirenti ma anche delle industrie produttrici. E fra queste ci siamo anche noi e quindi, una volta di più, il problema ci tocca da vicino.

Vediamo infatti che, in talune zone, i nostri prodotti sono venduti con un margine che noi stessi giudichiamo elevato e non manchiamo di farlo notare al negoziante il quale, immediatamente, si difende sciorinandoci una sequela di giustificazioni di fronte alle quali dobbiamo tacere.

A tutto questo dovrebbe, almeno in teoria, prov-

vedere la nuova legge se, come è auspicabile, supererà anche il vaglio della Camera.

Il credito verrebbe concesso a medio termine e cioè con una scadenza non superiore ai cinque anni per un importo di circa quattro o cinque milioni per ciascuna azienda. Le Banche sarebbero naturalmente le intermediarie ma ad un tasso d'interesse particolarmente favorevole (circa il 2%) in quanto la differenza, alla quale ovviamente gli istituti di Credito non rinunciano, sarebbe sopportata dallo Stato.

Il negoziante, in possesso di questo capitale, ne potrebbe impiegare una parte per abbellire il suo negozio ed una parte se la conserverebbe di scorta per gli acquisti a contanti conseguendo quindi uno sconto sugli acquisti che lo metterebbe in condizione di ridurre il prezzo di vendita dei suoi prodotti.

Prezzi ridotti, maggiori vendite, maggior guadagno.

È venuto allora il tempo delle vacche grasse? I negozianti saranno tutti felici e contenti e ci accoglieranno col più bel sorriso sulle labbra? Teoricamente sì, la realtà è purtroppo ancora parzialmente diversa anche se, come tutto lascia supporre, la legge sarà varata. Sono infatti un milione e duecentomila in Italia le Ditte che svolgono attività commerciale e lo Stato stanzerà, per ognuno degli esercizi previsti, soltanto trecento milioni. Basteranno a coprire lo scarto di interessi per appena tre o quattro mila aziende ogni anno e quindi... in quattrocento anni tutti sarebbero accontentati.

Ma disperarsi non giova, considerarla una beffa neppure. Auguriamoci che, pressato dalle categorie interessate attraverso i loro parlamentari, lo Stato aumenti notevolmente gli stanziamenti e si riducono quindi gli anni di attesa.

Naturalmente i primi saranno i privilegiati per cui conviene consigliare i clienti che giudichiamo veramente meritevoli ad avanzare subito la richiesta appena sarà reso noto il varo della legge.

**Renzo Mello**

Agente del deposito di Venezia



# LAVAZZA

## INDUSTRIA DEI CAFFÈ TOSTATI - TORINO