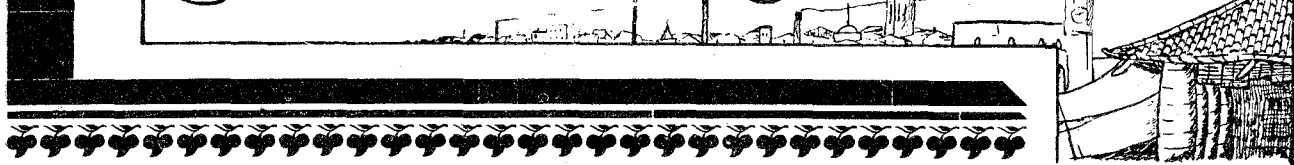


Butlletí del Centre Gremial de Granollers



Sempre hem aconsellat als comerciants i als industrials que per a augmentar la venda dels seus articles i el nombre de les seves operacions no recorressin a altres procediments que a propagandes serioses, que el públic no pogués censurar ni menyspreuar.

les propagandes dignes

L'antiga costum de donar cupons, petits objectes i calendaris, que avui ja es va desterrant—especialment a les grans ciutats—sembla que siguin un element de propaganda, però a voltes el seu resultat és contraproduent, ja que el públic consumidor pensa, i amb raó, que aquells obsequis amb els quals es veu favoregut en efectuar les seves compres, en definitiva és ell qui els paga en forma d'un encariment de la mercaderia o de manca de qualitat de la mateixa.

Però aquest sistema de propaganda té encara un altre inconvenient, i aquest consisteix en què el públic, acostumat a l'enllemeniment d'un regal per cada operació, es desmoralitza i es torna exigent, fent el càlcul de què el benefici que té el venedor és tan excessiu, que ben bé es pot despendre del què representa el què li és donat, sense cap mena de sacrifici.

Les anteriors consideracions ens han estat suggerides per una nova (?) modalitat de propaganda comercial, consistent en l'entrega de cupons per fer-se trajos, sabates i no sabem quantes coses més, que sembla que va envaint el mercat i que ja ha arribat a la nostra ciutat

No és aquesta la propaganda usual per a donar a conèixer un producte o per procurar que sigui més intens el seu consum: és aquesta una mena de propaganda, per dir-ho així, no feta per que serveixi a la vida del negoci, si no per que el negoci serveixi a la vida d'aquella propaganda.

Aquesta simple explicació ja posa de manifest els defectes d'aquella diem-ne propaganda i el poc recomanable que ha d'ésser el seu us.

Però és més, aquests cupons que es van multiplicant fins a l'infinit, haurà d'arribar un moment en què hagi d'ésser difícil pels posseïdors la seva col·locació i per la casa subministradora l'entrega dels objectes que han d'entregar-se.

Dissortadament ja hem tingut exemples pràctics del què aquest sistema pot donar de sí: sabateries i sastreries que a Barcelona es muntaren baix la base d'aquest procediment, no n'hi ha hagut cap que hagi fet anys. Les que recordem tancaren les seves portes fent fallides impressionants, quedant el públic decebut i donant origen a una sèrie de reclamacions.

Actualment tenim ja notícia de què a alguna de les cases existents, de recent creació, els ha estat retirat el crèdit pels proveïdors, que no ho han vist gens clar.

Cal que els comerciants pensin que la propaganda és un element honrat del comerç, perfectament legítim i d'utilitat indiscutible, que no deuen malmetre, perquè després el públic es malfiaria de la mateixa.

Demostrin la qualitat dels seus productes, redueixin els guanys els què els facin excessius al límit que l'honradesa comercial ho permeti, i quan vulguin augmentar les seves vendes, facin a més una propaganda discreta, seriosa i honesta que no escami a ningú, ni pugui portar-los raons.