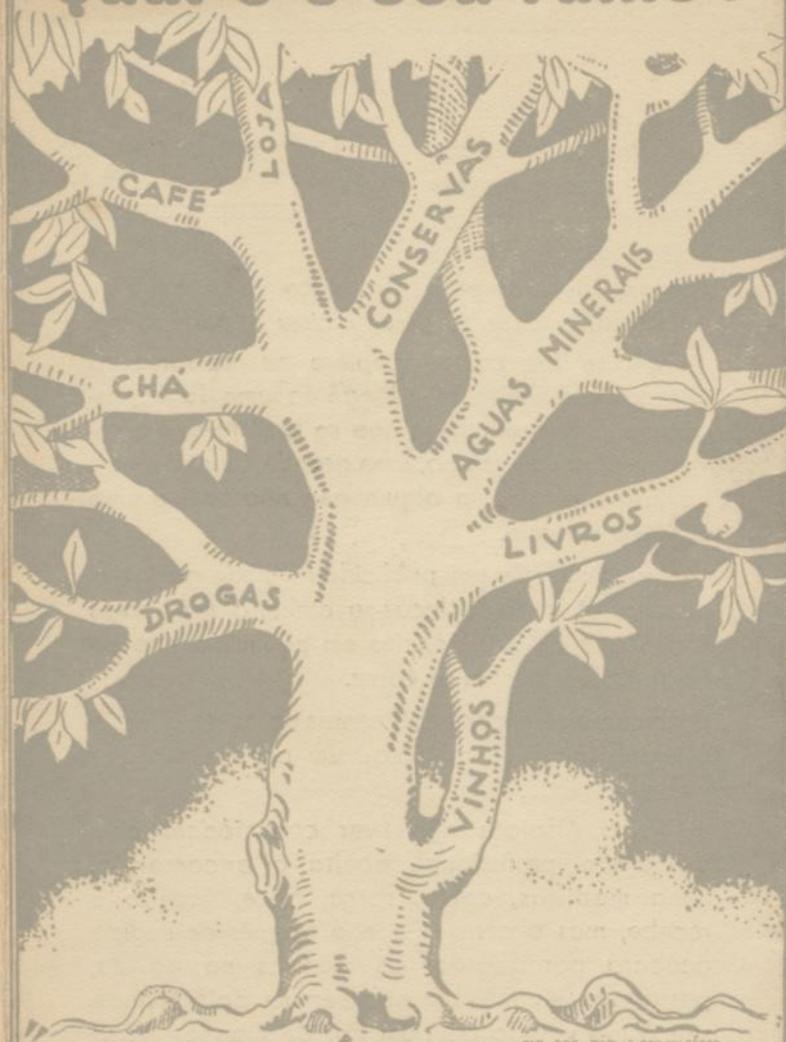


Qual é o seu ramo?

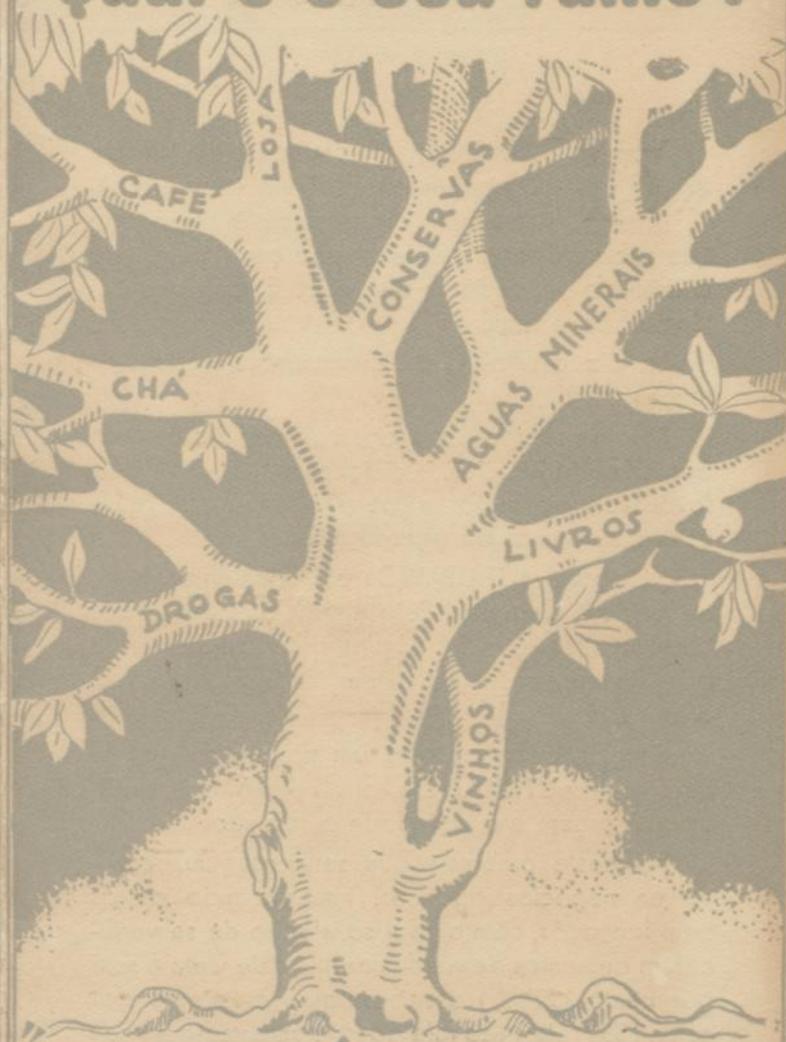


TIP. SDC. PAP. 1.000 — 2/59

UTILITARIO, faz vender.

A-PRI/30 RC-25

Qual é o seu ramo?



UTILITARIO, faz vender.

«UTILITÁRIO», sempre que lhe deram tempo (Roma e Pavia não se fizeram num dia) provou à saciedade que sabe ajudar a vender e que conhece a rude missão do vendedor a distância. E vender a distância não é fácil.

Lá diz o ditado: «Cada cabeça cada sentença».

Para vender a distância, com aquela certeza das ciências exactas, é preciso sugerir sentenças favoráveis ao maior número e combater reacções impeditivas do grande número.

¿Cumpriu «UTILITÁRIO» este elementar dever de officio? Cumpriu. Pelo menos os industriais e comerciantes, que há alguns anos assiduamente o utilizam — caso novo em Portugal — não o dispensam.

Demais, quem observe um pouco, compreenderá que «UTILITÁRIO» atrai como o método atrai a ordem e a seriedade o respeito.

Foi neste ambiente que se conseguiu desenvolver negócios apáticos, intensificando outros bem lançados, com a real satisfação de se verificarem aumentos de vendas que vão de vinte e sete por cento (27 %) a seiscentos e cinquenta por cento (650 %). Não falo dos impacientes, nem dos visionários. Esses não contam nem para nada ser-

vem. Por vezes são novos por fora, mas muito velhos por dentro. Sofrem do histerismo das experiências publicitárias, como se em alta publicidade fôsse possível «fazer experiências».

Ou se faz coisa completa ou melhor será guardar o dinheiro bem longe do lume da inconsciência. Compreende-se que se fácil fôsse improvisar, em pouco tempo, uma grande clientela, não haveria comerciante algum que não tivesse uma clientela enorme.

Saiba-se que em publicidade pode gastar-se dinheiro e pode colocar-se dinheiro e saiba-se ainda que as experiências em publicidade, além de ridículas, tornam-se caras.

É como se encomendássemos ao nosso alfaiate a experiência de um fato: um par de mangas, por exemplo...

Se o alfaiate não tiver consciência nem probidade profissional, aceita a encomenda, toma medidas, corta, forra, cose, factura e recebe, mas o certo é que o freguês desiludido acabará por guardar as mangas na gaveta, posto que ninguém, a não ser um doido, pode sair à rua vestido com um par de mangas. Falta o resto.

PROVAS PÚBLICAS

Bastantes coisas completas se têm feito neste «UTILITÁRIO» graças à fórmula que consiste em conseguir o máximo do resultado, com o mínimo de dispêndio, graças ao máximo da habilidade, seja dito com franqueza publicitária. E também que fique constância de que o Público, que é no fim de contas quem manda em assuntos desta ordem, compra confiadamente o que «UTILITÁRIO» recomenda, por conhecer, por «sentir» o seu escrúpulo profissional.

«UTILITÁRIO» é, pois, um honesto vendedor.

E é por isso que nêle não anuncia quem quere, anuncia quem pode, isto é: quem tem produtos sérios e de insofismável boa qualidade e prestígio.

Por nenhum dinheiro se abrigaria nestes quadros um mau artigo. Quantos vieram bater à sua porta e quantos voltaram pelo mesmo caminho!

Bem situado no prestígio daquela Página de Honra, do familiar e tam procurado «Janeiro», raras consciências estarão mais tranquilas.

É por isso que milhares e milhares de leitores de todo o país esperam diariamente «UTILITÁRIO», como quem espera um amigo leal, amável e bom.

Foi a verdade, gentilmente vestida, que originou este triunfo.

Efectivamente, esta secção nada deve a nenhum país, a nenhuma escola, a ninguém, a sua «forma». É original; e tanto assim que V., quando a lê, não se lembra de qualquer outra.

E nem poderia deixar de ser assim, porque o **abc** da técnica ensinou-me que a imitação de valores conhecidos só fará recordar êsses valores imitados, fazendo-lhes propaganda e benefício.

Outro assunto: Desejo aproveitar esta monção para prevenir quem pretenda utilizar os meus serviços, de que, em regra, não procuro negócios, nem tenho angariadores. Quando, por vezes, sinto ao alcance da minha competência «um proveitoso assunto», um assunto que me agrada, porque o artigo vale e é susceptível de desenvolvimento, então e só então, com infinito prazer, faço essa visita. Mas andar na rua, a diário, pelos domicílios, a oferecer os meus serviços, não ando.

Quem tiver bons produtos, visão digna do seu tempo e, porque não dizê-lo? — bom senso comercial, que me procure e dar-lhe-ei lealmente o meu conselho publicitário, ajudando-o no seu negócio por ser êsse o meu negócio.

Às suas ordens.

Rio de Janeiro, 16 de Setembro de 1931

Meu caro RAÚL DE CALDEVILLA

Avenida da Boavista, 1466 — PÓRTO

.....
recordou-me o tempo em que tive a feliz ideia de lhe pedir para me dirigir a propaganda das Fábricas Inviçia, de que fui Director. Com que saúde me lembro do grande e formidável successo que obtivemos!.....

Termino pedindo a Deus lhe dê saúde para que assim os produtores e comerciantes da minha terra possam, por seu intermédio, contribuir para o progresso de Portugal.

Raúl Monteiro Guimarães

Nota: Director do Moínho da Luz (a mais importante Moagem do Brasil)

J'avais cependant observé votre campagne prestigieuse de nature à m'étonner. Mais c'est par ce qu'elle avait de trop imprevu qu'elle m'a subjugué...

Prof. Octave-Jacques GERIN

(da Escola dos Altos Estudos de Paris e o maior publicitário europeu)

Achei muito interessantes, muito felizes os anúncios. Um abraço agradecido de parabens.

Elysio David
(Gabardines David)

Vivo reconhecimento pela sua admirável propaganda.

Electro Central Vulcanizadora

Os seus merecimentos só os cegos os não podem ver.

José António Afonso Barbosa
ex-Director do Instituto de Conservas de Peixe

Como publicitário, caro Caldevilla, V. é um publicitário notável, ou antes: notabilíssimo.

Sir Charles HIGHAM
(o primeiro publicitário inglês)

Achei a publicidade excelente, direi mesmo: ótima.

Carlos Pacheco
(Viana do Castelo)

Há mais de trinta anos que o snr. Caldevilla dirige a propaganda da minha Ourivesaria Aliança e confesso-lhe que estou gratíssimo aos seus assinalados e distintos serviços.

Celestino da Mota Mesquita

A sua propaganda ao nosso Suisso-Atlântico Hotel, tem-nos dado magníficos resultados, ultrapassando mesmo a nossa expectativa.

Martins, Lopes, L.^{da}

Ao meu Ex.^{mo} Amigo devo o grau de prosperidades que acabo de ter na venda do Chá. Deus o conserve por largos anos, pois tem o comércio e a indústria em V. Ex.^a um publicitário difícil de substituir.

José Domingues Gil

Desejamos frizar bem que aquela publicidade mereceu bem a nossa inteira e mais entusiástica aprovação, e que o interesse despertado foi inteiramente compensador.

Barbosa & Almeida
Rua Mouzinho da Silveira, 62-2.º-Pôrto

Temos apreciado a propaganda de que o encarregamos em boa hora, e estamos satisfeitos.

A. Henriques & C.^a, L.^{da}
(Saltos «Enfim») S. João da Madeira

...certo como é que a apreciação que fizemos aos serviços de propaganda que V. nos vem prestando é a expressão da verdade e significa a admiração que nós, como toda a gente, nutrimos pela alta competência e invulgar saber de V. na difícil arte da Publicidade.

Pela Fábrica de Cerâmica do Carvalhinho, L.^{da}

O GERENTE,

(a) *António Dias de Freitas*

Antes da campanha organizada por Caldevilla a favor das Sardinhas de Conserva, vendiam-se na Continente Português 400.000 latas. No fim dum ano de propaganda venderam-se 2.602.900 latas — 650 % mais.

(Dados oficiais)

RAÚL DE CALDEVILLA

PUBLICITÁRIO

SÓCIO HONORÁRIO DA

CONFERENCE DE CHEFS DE PUBLICITÉ DU COMMERCE
ET DE L'INDUSTRIE, DE PARIS.

NEVALA, 97 (ÀS ANTAS)

TELEPHONE: OITO, TRÊS, TRÊS, CINCO

PÓRTO (PORTUGAL)