

Umbria Proletaria

PERIODICO REGIONALE SOCIALISTA

18-12-1928

Indirizzo: U. P. Casella postale 432

ROMA

Carissimo ,

la tua adesione ci ha colmato di soddisfazione. Bravo ~~Bambaglioni~~ Bambaglioni.

Non ne dubitavamo. Le considerazioni che ci prospetti erano già nel nostro preventivo. Dubitavamo soltanto sul tuo soggiorno in Costacciaro.

Abbiamo scritto a Cirilli e a Panunzi (é così che si chiama il compagno da te indicatoci per Gualdo?) senza aver ricevuto risposta. Se puoi cerca di stimolarli direttamente.

Tu dovresti ~~accettare~~ accettare la carica di fiduciario del nostro periodico per tutta la zona di Scheggia, Sigillo, Gualdo, ed interessarti tant' del lato redazionale quanto di quello amministrativo. Naturalmente non si tratta di incarico da rendersi noto, ~~ma~~ ^{ma} incarico relativo; ovvero, condizionato alle POSSIBILITA'.

Daremo al periodico una intonazione tale da non ~~offrire~~ pretesti agli avversari per impedirne la diffusione: questa massima ti serve di norma per elaborare il materiale di corrispondenza che ci manderai. SERIETA', OBIETTIVITA', BREVITA', sono il nostro programma di lavoro.

Il primo numero uscirà col ~~Primo~~ ^{Primo} del prossima anno, dato i numerosi giorni festivi che s frappongono a questa data, se hai (come desideriamo) qualche corrispondenza manda subito, subito. Possibilmente evitare di prendere "di petto" persone, perché con i tempi che corrono

Periodico di Milano

ALLEGATO ALLA RAZIONE DI VENDITA

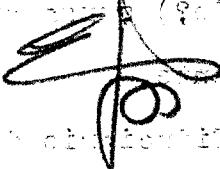
LE Istruzioni alla redazione periodico

di pagine.

è il mezzo più pericoloso per provocare imbarazzi al periodico.
Dobbiamo spedire copie per la rivendita? Quante? A chi indirizzarle?
Sii ~~preciso~~ preciso a queste domande. *preferibilmente scritto*

se possibile. Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Per il Comitato



Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.

Il più difficile è infatti a ottimizzare le vendite.