



बाज़ार हिस्सेदारी

जिलेट नैरेटिव — नांदो, लेखक

gillettenarrative.com

1960 और 1970 के दशक के बीच शेविंग का बाज़ार अब भी बड़े पैमाने पर पारंपरिक रेज़र ब्लेड तक ही सीमित था, और हर निर्माता अपनी ओर से भरसक कोशिश करता था। यह उद्योग प्रचार से आगे बढ़कर मनाने की कला तक पहुँचा, और फिर उस चीज़ में उतर गया जिसे केवल फ़रमाइशी नक़ल ही कहा जा सकता है। हर कंपनी उसी अनकहे नियम पर चलती थी। अगर आप किसी एक उत्पाद को ज़्यादा बेचना चाहते, तो मार्केटिंग हमेशा वही एक हल सुझाती थी: पोशाक बदल दो। नाम बदल दो। शरीर वही का वही रहता है। फिर भी कभी-कभी उपभोक्ताओं के साथ भावनात्मक रिश्ता बुनने के लिए एक अकेला शब्द ही काफ़ी होता था। बोलज़ानो ब्लेड के साथ ठीक यही हुआ। बोलज़ानो स्टीलवर्क्स ने फ़ाल्को ब्लेड नाम से रेज़र ब्लेड बनाना शुरू किया, जो आगे चलकर मशहूर बोलज़ानो ब्लेड बन गया। महीने के बीस लाख ब्लेड 350 कर्मचारियों की मेहनत से बनते थे, जिनमें अधिकांश महिलाएँ थीं। और यह कोई इत्तेफ़ाक़ नहीं था। इसका एक राजनीतिक पहलू भी है जिसका ज़िक्र कम ही होता है। यह कारख़ाना मुसोलिनी की सरकार की सीधी नीति के तहत स्थापित किया गया था, ताकि बोलज़ानो में औद्योगिक विकास को बढ़ावा मिले और साउथ टिरोल के इटलीकरण को आगे बढ़ाया जा सके — वह इलाक़ा जो महायुद्ध के बाद हासिल किया गया था पर जहाँ बड़ी तादाद में जर्मन-भाषी समुदाय बसे हुए थे। इसलिए बोलज़ानो ब्लेड महज़ एक औद्योगिक उत्पाद नहीं थे। वे राष्ट्रीय पहचान का एक हथियार भी थे। विज्ञापन का नारा किसी और व्याख्या की गुंजाइश नहीं छोड़ता था: “बोलज़ानो ब्लेड, इतालवी अंदाज़ में शेव करो।” युद्धोत्तर आर्थिक उछाल इस ब्रांड के लिए भी उछाल बन गया। बोलज़ानो इतालवी जन-उपभोग के प्रतीकों में से एक बन गया।

फिर आया 1970 का दशक। डिस्पोज़ेबल रेज़र आ गए। पतन शुरू हो गया। ब्रांड ख़ुद को ढालने के लिए जूझता रहा, यहाँ तक कि एक आखिरी कोशिश की गई। एक प्रेस विज्ञप्ति ने गर्व से घोषणा की: “बोलज़ानो ब्लेड लंदन की विल्किंसन स्वॉर्ड का आधिकारिक आपूर्तिकर्ता है।” इतालवी पत्रकार इस घोषणा को कवर करने के लिए दौड़ पड़े। यह उस बम की तरह था जो युद्ध ख़त्म हो जाने के

बाद फटा हो। नतीजे तुरंत सामने आ गए। एक पत्रकार, एक महिला, ने ग़ज़ब की कुशलता से साक्षात्कार लिया। सावधानी से ज़मीन तैयार करने के बाद उसने प्रबंध निदेशक से पूछा: “ब्लेड की जितनी संख्या बेचने का आप दावा करते हैं, क्या उसमें छुरियाँ भी शामिल हैं?” अधिकारी हक्का-बक्का रह गया। “आप मुझसे यह क्यों पूछ रही हैं?” पत्रकार ने जवाब दिया: “ताकि आप उनमें से किसी एक से उस सारी बकवास को काट सकें जो आप हमें सुना रहे हैं।” कमरा हँसी से गूँज उठा। विल्किंसन ने कभी जवाब नहीं दिया। जैसा कि उसका अंदाज़ था। कुलीन ख़ानदान की एक अभिजात बुआ, जो इटैलियनों को खाने के बजाय इसलिए न खाना पसंद करेगी ताकि बाद में उन्हें पचाना न पड़े। आज उस महान औद्योगिक कारनामे का कुछ ख़ास बाक़ी नहीं है।

एक चौराहा। एक साइनबोर्ड। कुछ धुँधली होती यादें। और वह बकवास, जिसके हम इटैलियन — सबसे पहले मैं खुद — गर्व से आशिक़्र बने हुए हैं।

यूके के रास्ते

फर्दिनांदो