

GILLETTE — O MERCADO PARALELO

Existe um fenômeno que os italianos conhecem bem apenas no mundo do vestuário e no mercado dos alimentos: quando um produto começa a atrair interesse global, todo mundo que pode explorar métodos não oficiais para fazer negócio vira um vendedor paralelo.

A proteção cobre apenas o produto oficial, nunca o falsificado — mas, como veremos, a falsificação às vezes se torna quase impossível de identificar, tão alta é a qualidade da sua feitura, e, além de enganar os clientes, deixa os consumidores sem saber que sequer foram enganados.

Nos anos 1980, um dos fenômenos comerciais mais na moda no mercado era explorar a fragilidade dos mercados cambiais — tínhamos mais de sessenta moedas oficiais, negociáveis —, comprando produtos no exterior e revendendo-os em casa.

Quando, numa entrevista, disseram ao CEO italiano da época que, contra 200 bilhões de liras de faturamento italiano, o fenômeno das importações paralelas para a Gillette representava apenas de 1 a 5 bilhões — considerado insignificante, sendo que qualquer ação para bloquear essas operações custaria muito mais do que a própria perda —, ele respondeu:

Se permitirmos hoje que um punhado de indivíduos invada as fronteiras de uma empresa como a Gillette, legitimamos uma prática que é incorreta, ainda que não ilegal — e o princípio das pessoas da Gillette vale mais do que dinheiro.

Os jornalistas se retiraram como se tivessem levado um golpe. Ninguém publicou a história, porque ela tocava em algo de que ninguém nunca fala: valores.

Nunca foi uma questão de lucro. Só de homens.

Ferdinando

Ferdinando Frega — gillettenarrative.com