

GILLETTE — LE MARCHÉ PARALLÈLE

Il existe un phénomène que les Italiens ne connaissent bien que dans le monde de l'habillement et sur le marché alimentaire : lorsqu'un produit commence à susciter un intérêt mondial, tous ceux qui peuvent exploiter des méthodes non officielles pour faire des affaires deviennent des vendeurs parallèles.

La protection ne couvre que le produit officiel, jamais la contrefaçon — mais, comme nous le verrons, le faux devient parfois presque impossible à identifier, tant la qualité de sa fabrication est élevée, et au-delà de tromper les clients, il laisse les consommateurs ignorants du fait même qu'ils ont été trompés.

Dans les années 1980, l'un des phénomènes commerciaux les plus en vogue sur le marché consistait à exploiter la faiblesse des marchés des changes — nous avions plus de soixante devises officielles et négociables — en achetant des produits à l'étranger pour les revendre chez nous.

Lorsque, au cours d'une interview, on fit observer au PDG italien de l'époque que, face à 200 milliards de lires de chiffre d'affaires italien, le phénomène des importations parallèles ne représentait pour Gillette que 1 à 5 milliards — jugés négligeables, toute action visant à bloquer ces opérations coûtant bien plus cher que la perte elle-même —, il répondit :

Si nous laissons aujourd'hui une poignée d'individus envahir les frontières d'une entreprise comme Gillette, nous légitimons une pratique incorrecte, même si elle n'est pas illégale — et le principe des hommes de Gillette vaut plus que l'argent.

Les journalistes se retirèrent comme s'ils avaient été frappés. Personne ne rapporta l'histoire, parce qu'elle touchait à quelque chose dont personne ne parle jamais : les valeurs.

Il n'a jamais été question de profit. Seulement d'hommes.

Ferdinando

Ferdinando Frega — gillettenarrative.com