
NNUNCIO OFFICI
RIUNIONE


NNUNCIO OFFICI
RIUNIONE

AS PARTICIPAÇÕES DE MERCADO DA WILKINSON

Entre os anos 1960 e 1970, o mercado do barbear ainda se limitava, em grande parte, às lâminas de barbear tradicionais, e cada fabricante tentava fazer o melhor que podia.

A indústria tinha passado da propaganda à persuasão, e depois ao que só se podia chamar de imitação por encomenda. Toda empresa seguia a mesma regra não escrita.

Se você queria vender mais do mesmo produto, o marketing sugeria sempre a mesma solução:

Mude a roupa. Mude o nome. O corpo continua o mesmo.

Mas às vezes bastava uma única palavra para criar um laço afetivo com o consumidor.

Foi exatamente o que aconteceu com as Lâminas Bolzano.

A Siderúrgica de Bolzano começou a fabricar lâminas de barbear com o nome de Lâmina Falco, que mais tarde evoluiu para a famosa Lâmina Bolzano.

Dois milhões de lâminas por mês eram produzidos por um quadro de 350 funcionários, na maioria mulheres. E isso não era coincidência.

Há também um detalhe político raramente mencionado.

A fábrica foi instalada seguindo uma política direta do governo de Mussolini para estimular o desenvolvimento industrial em Bolzano e avançar na italianização do Tirol do Sul, território adquirido depois da Grande Guerra, mas habitado em grande parte por comunidades de língua alemã.

As Lâminas Bolzano eram, portanto, mais do que um produto industrial.

Eram também um instrumento de identidade nacional.

O slogan publicitário deixava pouca margem para interpretação:

“Lâmina Bolzano, faça a barba à italiana.”

O boom econômico do pós-guerra virou um boom também para a marca. A Bolzano se tornou um dos símbolos do consumo de massa italiano.

Aí vieram os anos 1970.

Chegaram os aparelhos descartáveis.

Começou o declínio.

A marca penou para se adaptar, até que se fez uma última tentativa.

Um comunicado à imprensa declarava com orgulho:

“A LÂMINA BOLZANO é a fornecedora oficial da Wilkinson Sword de Londres.”

Os jornalistas italianos correram para cobrir o anúncio.

Era uma bomba explodindo depois que a guerra já tinha acabado.

As consequências chegaram na hora.

Uma jornalista conduziu a entrevista com notável habilidade.

Depois de preparar o terreno com cuidado, perguntou ao diretor-geral:

“No número de lâminas que o senhor diz vender, as facas também estão incluídas?”

O executivo ficou atônito.

“Por que a senhora me pergunta isso?”

A jornalista respondeu:

“Para o senhor usar uma e cortar todas as besteiras que está nos contando.”

A sala caiu na gargalhada.

A Wilkinson nunca respondeu.

Como era do seu estilo.

Uma tia aristocrática, de origens nobres, que prefere não comer italianos só para não ter de digeri-los depois.

Hoje, pouco resta daquela grande aventura industrial.

Uma rotatória.

Um letreiro.

Algumas lembranças que vão se apagando.

E as besteiras às quais os italianos — eu em primeiríssimo lugar — continuam orgulhosamente afeiçoados.

Via UK
Ferdinando