

BRAND SEMANTIC CAPITAL – CALABRIA



FERDINANDO FREGA

BRAND SEMANTIC CAPITAL — KALABRIJA

The P&G Saga · 21

Napomena: u to je vrijeme Italija još koristila liru. Svi su iznosi preračunati u eure kako bi se dobio stvaran osjećaj razmjera.

Priče i događaji koji se odvijaju ovih sati, dana, tjedana i mjeseci vratili su mi pamćenje tridesetak godina unatrag, u vrijeme kada sam se, tek imenovan glavnim zastupnikom Gillettea za Kalabriju, našao sam i protiv svih, pred velikim tržišnim odlukama. Imao sam samo informacije kojima sam raspolagao, ali sam dobro poznao zemlju: njezino društvo i njezine planine, njezine ljude, njezine prilike i misli u svakoj pojedinoj glavi.

Nije bilo lako stati nasuprot tadašnjoj Nacionalnoj upravi prodaje, u osobi njezina direktora, čovjeka podrijetlom iz Genove. Poštovao me zbog moje uloge, ali me nije cijenio, zbog mog čvrstog i nepopustljivog karaktera – a još više zato što sam bio mlad, snažan i nagao. I bojao me se, jer sam imao naviku suprotstaviti se svakome, a da nikada ne kažem „da, gospodine”.

U svakoj nacionalnoj i međunarodnoj prilici koja mi se ukazala razgovarao sam s najvišim svjetskim rukovoditeljima bez strahopoštovanja, uvijek govoreći što mislim, nudeći im gostoprimstvo i pozivajući ih u Kalabriju, a da nikada nisam komentirao druge niti se izravno miješao u njihov posao. To je

smetalo talijanskoj upravi, jer svaki put kad bi stigao neki stranac, bilo je kao da želi zaviriti u svačiju aktovku.

Svaka moja akcija postajala je reakcija i prirodno je gradila novu semantičku narav, kao da prezime FREGA nije samo prezime jednog prodavača, nego kapital vrijednosti tvrtke – kao što je i danas.

Dogodilo se da su tih dana četiri veletrgovca deterdžentima u Kalabriji odlučila spojiti se u jednu tvrtku. Brojke su bile velike, i nije to bila samo ambicija: postali su vjerodostojni na tržištu, toliko da je svaki dobavljač odmah pohitao otvoriti novi račun za fakturiranje. Pridružio sam se, ali sam dao samo bojažljivu početnu narudžbu, ostajući unutar vlastitih mentalnih granica, uz plaćanje pouzećem: to je bio postupak za novog kupca.

U prosjeku sam primao tri telefonska poziva dnevno iz sjedišta u Milanu s pitanjem kako se ta nova struktura razvija, sve dok nisam stao i odlučio da je više ne želim opsluživati.

Voditelj regije, bivši menadžer Procter & Gamblea, odmah je stigao i obratio se svojim starim kolegama, nazvavši izravno ured u Rimu. Potvrdili su da je kreditna linija koju su otvorili iznosila oko 400.000 eura, uz usmenu napomenu: ako im ne prodajemo, možemo zatvoriti dućan – bez numeričke distribucije, s obzirom na vrste naših proizvoda i održivu trgovinsku politiku, naše poslovanje počiva isključivo i u potpunosti na tim veleprodajnim kupcima.

Kao Gillette Italia, moje je područje fakturiralo oko 4 milijuna eura, a ukupni povijesni promet koji su četiri mušketira

donijela kao miraz iznosio je oko 400.000 eura: 10 % mog ukupnog prometa.

No broj koji me učinio sumnjičavim nije bila samo procjena koju su davali dobavljačima – predstavljajući se kao spasitelji kalabrijske trgovine, s predviđenom prodajom od 1,2 milijuna eura. Bio je to i njihov plan da postanu ekskluzivni izravni distributeri, isključivši postojeće trgovinske posrednike.

Na papiru je to bio dobar posao. Radio sam za multinacionalnu kompaniju na proviziju. Ali ideja da moja tvrtka izgubi novac nikada nije nadjačala želju da postanem super bogat. Dakle: oprez, ručna kočnica povučena, nikakvih lakih narudžbi.

Rizik nije bio ekonomski, ni za koga. Bio je to rizik za ugled, da su uzeli robu, a da je nisu platili. A četiri mušketira poznavao sam jako dobro.

Odlučio sam ne opsluživati tu novu veleprodajnu strukturu, a pozivi iz Milana počeli su vršiti psihološki pritisak na mene, sve dok pri trećem pozivu nisam rekao: „Kupac je rizičan. Neću ih opskrbljivati. Ali ako uprava inzistira, napišite dodatak mom prodajnom mandatu i preuzmite ih sami kao kućni račun. Ja se povlačim.”

Onaj iz Genove bio je bijesan. Ali glavni izvršni direktor za Italiju znao je tko sam.

Kupac je telefonom poslao narudžbu vrijednu 400.000 eura u sjedište Gillettea i svi su čekali da je unesem u svoje terminale na odobrenje. To se nikada nije dogodilo.

Nastavio sam raditi i moja je prodaja i dalje rasla bez novog kupca. A onda, u srpnju, samo sedam mjeseci nakon što je nastala, njihova je pustolovina završila, ostavivši na području rupu od 10 milijuna eura neplaćenih računa.

Nitko nije progovorio. Nitko nije komentirao. Nitko nije čestitao. Naša je čast bila spašena, a s njom i naš semantički kapital. Nismo izgubili ni vjerodostojnost ni povjerenje na tržištu, ni novac ni prodaju, a dioničari su blagonaklono gledali na talijansku podružnicu, koja je Bostonu donosila dvoznamenkasti rast i nikakav semantički dug.

Ferdinando