BRAND SEMANTIC CAPITAL – CALABRIA



FERDINANDO FREGA

BRAND SEMANTIC CAPITAL — CALABRIA

The P&G Saga · 21

Têbînî: wê demê Îtalyayê hîn lîre bi kar dianî. Hemû hejmar bo euro hatine guhertin, da ku mezinahiya rastîn bê dîtin.

Çîrok û bûyerên ku di van saet, roj, hefte û mehan de diqewimin, bîra min nêzîkî sî salan paş ve birin, bo wê demê ku ez, nû wek Nûnerê Gişтî yê Gillette ji bo Calabriayê hatibûm destnîşankirin, min xwe bi tena serê xwe û li dijî herkesî, li hember biryarên mezin ên bazarê dît. Ji bilî agahiyên ku di destê min de bûn tiştek nebû, lê min ev ax baş nas dikir: civaka wê û çiyayên wê, mirovên wê, rewşên wê, û ramanên di hundirê her mejiyekî de.

Ne hêsan bû ku ez li dijî Rêveberiya Firotinê ya Neteweyî ya wê demê bisekinim, di kesayeta rêveberê wê de, zilamekî bi eslê xwe Cenovayî. Wî ji ber rola min rêz li min digirt, lê qedrê min nedigirt, ji ber karaktera min a hişk û neçemiyayî — û hê bêtir ji ber ku ez ciwan, xurt û bi coş bûm. Û ew ji min ditirsiya, ji ber ku adeta min ew bû ku ez bi herkesî re rû bi rû bibim bêyî ku carekê bibêjim «belê, ezbenî».

Di her derfeteke neteweyî û navneteweyî de ku ji min re derdiket, ez bêyî rêzdariya bi tirs bi rêveberên herî bilind ên cîhanê re diaxivîm, min her tim ya ku difikirîm digot, min pêşniyar dikir ku mazûvaniya wan bikim û min ew vedixwendin Calabriayê, bêyî ku carekê li ser yên din şîrove bikim an rasterast têkevim karê wan. Ev yek rêveberiya Îtalî

aciz dikir, ji ber ku her carê ku biyaniyek dihat, mîna ku wî bixwesta li hundirê çenteyê herkesî binêre.

Her kiryara min dibû bertekek, û bi awayekî xwezayî xwezayeke semantîk a nû ava dikir, mîna ku paşnava FREGA ne tenê paşnava firoşkarekî be, lê sermayeyeke nirxên şirketê be — wek ku îro jî ye.

Wisa qewimî ku di wan rojan de çar toptanfiroşên deterjanan li Calabriayê biryar dan ku di nav şirketeke yekane de bibin yek. Hejmar mezin bûn, û ne tenê xwesteka mezinbûnê bû: ew li bazarê bûn bawerpêkirî, ewqas ku hemû peydaker bezîn da ku yekser hesabê fatûreyê yê nû vekin. Ez jî pê re çûm, lê min tenê fermaneke destpêkê ya şermok da, di nav sînorên xwe yên hişî de mam, bi dravdana di radestkirinê de: ji bo hesabekî nû prosedur ev bû.

Min bi navînî rojê sê telefon ji navenda Mîlanoyê distendin, ku dipirsîn ka ev avahiya nû çawa pêş dikeve, heta ku ez sekinîm û min biryar da ku ez êdî naxwazim mal bidim wê.

Berpirsê herêmê, rêveberekî berê yê Procter & Gamble, yekser hate xwarê û berê xwe da hevkarên xwe yên kevin, rasterast li ofîsa Romayê geriya. Wan piştrast kir ku xeta krediyê ya ku vekiribûn nêzîkî 400.000 euro bû, bi notek devkî: heke em nefiroşin wan, em dikanê digirin — bêyî belavkirina hejmarî, ji ber cureyên berhemên me û siyasetên bazirganiyê yên domdar, karê me tenê û bi temamî li ser van xerîdarên toptan radiweste.

Wek Gillette Italia, herêma min nêzîkî 4 mîlyon euro fatûre dikir, û tevahiya firotina dîrokî ya ku çar mûşketêran wek

cihêz bi xwe re anîbûn nêzîkî 400.000 euro bû: 10% ji tevahiya min.

Lê hejmara ku ez bi guman xistim ne tenê texmîna ku wan didan peydakeran bû — xwe wek rizgarkerên bazirganiya Calabriayê nîşan didan, bi firotinên pêşbînîkirî yên 1,2 mîlyon euro. Ew plana wan jî bû ku bibin belavkarên rasterast û yekane, û navbeynkarên bazirganiyê yên heyî ji holê rakin.

Li ser kaxezê peymaneke baş bû. Ez ji bo şirketeke pirneteweyî bi komîsyonê dixebitîm. Lê ramana ku şirketa xwe pere winda bikim qet ji daxwaza ku ez pir dewlemend bibim girantir nebûbû. Loma: hişyarî, frena destan kişandî, ti fermanên hêsan tune.

Rîsk ne aborî bû, ji bo kesî. Rîsk ya navdariyê bû, heke wan mal bibiraya bêyî ku pereyê wê bidin. Û min çar mûşketêr pir baş nas dikirin.

Min biryar da ku mal nedim vê avahiya toptan a nû, û telefonên ji Mîlanoyê dest pê kirin ku zexteke derûnî li min bikin, heta ku di telefona sêyem de min got: «Xerîdar di xeterê de ye. Ez mal nadimê. Lê heke rêveberî israr bike, pêvekekê li peymana min a firotinê binivîsin û wî bi xwe wek hesabê navendê bigirin. Ez xwe vedikişînim.»

Cenovayî har bûbû. Lê rêveberê giştî yê Îtalyayê dizanî ez kî me.

Xerîdar bi telefonê fermanek bi nirxê 400.000 euro da navenda Gillette, û herkes li benda min bû ku ez wê têxim termînalên xwe ji bo pejirandinê. Ev qet nebû.

Min xebata xwe domand, û firotinên min bêyî xerîdarê nû mezin dibûn. Paşê, di Tîrmehê de, tenê heft meh piştî ku ew hatibû dinyayê, serpêhatiya wan qediya, û li seranserê herêmê quleke 10 mîlyon euro ji fatûreyên nedayî li dû xwe hişt.

Kesî neaxivî. Kesî şîrove nekir. Kesî pîrozbahî nekir. Rûmeta me ewle bû, û bi wê re sermayeya me ya semantîk. Me ne pêbawerî û ne jî baweriya bazarê winda kiribû, ne pere û ne jî firotin, û xwediyên paran bi çavekî baş li şaxa Îtalî dinêrîn, ya ku mezinbûneke du-reqemî û ne ti deynekî semantîk ji Bostonê re dianî.

Ferdinando