



GILLETTE — THE PARALLEL MARKET

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

GILLETTE — ANG PARALELONG PAMILIHAN

THE COMPANY · 03

May isang penomenong kilalang-kilala ng mga Italyano, ngunit sa mundo lamang ng pananamit at sa pamilihan ng pagkain: kapag nagsimulang makaakit ng pandaigdigang interes ang isang produkto, nagiging paralelong nagbebenta ang lahat ng kayang gumamit ng mga di-opisyal na paraan para makapagnegosyo.

Ang proteksiyon ay sumasaklaw lamang sa opisyal na produkto, hindi kailanman sa peke — ngunit gaya ng makikita natin, minsan ay halos imposible nang matukoy ang peke, ganoon kataas ang kalidad ng pagkakagawa nito, at bukod sa nalilinlang nito ang mga kliyente, iniwan nitong walang kamalay-malay ang mga mamimili na nalinlang pala sila.

Noong dekada 1980, isa sa mga pinakausong penomenong pangkalakalan sa pamilihan ang pagsasamantala sa kahinaan ng mga pamilihan ng salapi — mayroon kaming mahigit animnapung opisyal at naipagpapalit na salapi — sa pagbili ng mga produkto sa ibang bansa at muling pagbebenta ng mga ito sa sariling bansa.

Nang sabihin sa isang panayam sa Italyanong CEO noong panahong iyon na laban sa 200 bilyong lira na kita sa Italya, 1 hanggang 5 bilyon lamang ang kinakatawan ng penomeno ng paralelong pag-aangkat para sa Gillette — itinuturing na balewala, at mas malaki pa nang husto ang gastos ng anumang hakbang para harangin ang mga operasyong ito kaysa sa mismong lugi — sumagot siya:

Kung hahayaan natin ngayon ang iilang indibidwal na lusubin ang mga hangganan ng isang kompanyang tulad ng Gillette, ginagawa nating lehitimo ang isang gawaing mali, kahit hindi ilegal — at mas mahalaga kaysa pera ang prinsipyo ng mga tao ng Gillette.

Umatras ang mga mamamahayag na parang tinamaan. Walang nag-ulat ng kuwento, dahil may sinaling itong bagay na hindi kailanman pinag-uusapan ninuman: ang mga pagpapahalaga.

Hindi ito kailanman usapin ng tubo. Usapin lamang ng mga tao.

Ferdinando