

GILLETTE — THE PARALLEL MARKET

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

Gillettenarrative.com

GILLETTE — THỊ TRƯỜNG SONG SONG

THE COMPANY · 03

Có một hiện tượng mà người Ý chỉ biết rõ trong thế giới thời trang và trên thị trường thực phẩm: khi một sản phẩm bắt đầu thu hút sự quan tâm toàn cầu, bất cứ ai có thể lợi dụng những phương pháp không chính thức để làm ăn đều trở thành người bán hàng song song.

Sự bảo hộ chỉ áp dụng cho sản phẩm chính hãng, không bao giờ cho hàng giả — nhưng như chúng ta sẽ thấy, hàng giả đôi khi gần như không thể nhận diện, chất lượng chế tác của nó cao đến thế, và ngoài việc lừa khách hàng, nó còn khiến người tiêu dùng không hề biết rằng mình đã bị lừa.

Trong thập niên 1980, một trong những hiện tượng thương mại thịnh hành nhất trên thị trường là lợi dụng điểm yếu của các thị trường tiền tệ — chúng tôi có hơn sáu mươi đồng tiền chính thức, có thể giao dịch — mua sản phẩm ở nước ngoài rồi bán lại trong nước.

Khi trong một cuộc phỏng vấn, người ta nói với vị CEO người Ý thời đó rằng, so với 200 tỷ lia doanh thu tại Ý, hiện tượng nhập khẩu song song đối với Gillette chỉ chiếm từ 1 đến 5 tỷ — một con số bị coi là không đáng kể, vì bất cứ biện pháp nào để chặn những hoạt động này cũng tốn kém hơn nhiều so với chính khoản thiệt hại — ông đã đáp:

Nếu hôm nay chúng ta để một nhúm cá nhân xâm phạm biên giới của một công ty như Gillette, chúng ta sẽ hợp thức hóa một thực tiễn không đúng đắn, dù không phạm pháp — và với người của Gillette, nguyên tắc đáng giá hơn tiền bạc.

Các nhà báo rút lui như thể vừa bị giáng một đòn. Không ai đưa tin về câu chuyện, vì nó chạm đến một điều mà không ai từng nói đến: các giá trị.

Chưa bao giờ là chuyện lợi nhuận. Chỉ là chuyện con người.

Ferdinando