



COTELE DE PIAȚĂ WILKINSON

Între anii '60 și '70, piața bărbieritului se limita încă în mare parte la lamele de ras tradiționale, și fiecare producător încerca să facă tot ce putea mai bine.

Industria trecuse de la propagandă la persuasiune, apoi la ceea ce nu se putea numi altfel decât imitație la comandă. Toate companiile urmau aceeași regulă nescrisă.

Dacă voiai să vinzi mai mult dintr-un singur produs, marketingul îți sugera mereu aceeași soluție:

Schimbă hainele. Schimbă numele. Trupul rămâne același.

Și totuși, uneori era de ajuns un singur cuvânt ca să se creeze o legătură emoțională cu consumatorii.

Exact asta s-a întâmplat cu Lamele Bolzano.

Oțelăriile din Bolzano au început să producă lame de ras sub numele Falco Blade, care a devenit mai târziu celebra Lama Bolzano.

Două milioane de lame pe lună erau produse de 350 de angajați, cei mai mulți femei. Și asta nu era o întâmplare.

Există și un detaliu politic pomenit rareori.

Fabrica a fost înființată în urma unei politici directe a guvernului lui Mussolini, menite să încurajeze dezvoltarea industrială a orașului Bolzano și să ducă mai departe italianizarea Tirolului de Sud, un teritoriu dobândit după Marele Război, dar locuit în mare parte de comunități vorbitoare de germană.

Lamele Bolzano erau așadar mai mult decât un produs industrial.

Erau și un instrument al identității naționale.

Sloganul publicitar lăsa puțin loc interpretărilor:

„Lama Bolzano, bărbierește-te italienește.”

Boomul economic de după război a fost un boom și pentru marcă. Bolzano a devenit unul dintre simbolurile consumului de masă italian.

Apoi au venit anii '70.

Au sosit aparatele de ras de unică folosință.

A început declinul.

Marca s-a chinuit să se adapteze, până când s-a făcut o ultimă încercare.

Un comunicat de presă declara cu mândrie:

„LAMA BOLZANO este furnizorul oficial al Wilkinson Sword din Londra.”

Jurnaliștii italieni s-au grăbit să relateze anunțul.

Era o bombă care exploda după ce războiul se terminase deja.

Consecințele au venit imediat.

O jurnalistă a condus interviul cu o pricepere remarcabilă.

După ce a pregătit cu grijă terenul, l-a întrebat pe directorul general:

„În numărul de lame pe care spuneți că le vindeți sunt incluse și cuțitele?”

Directorul a rămas mut.

„De ce mă întrebați asta?”

Jurnalista a răspuns:

„Ca să puteți folosi unul pentru a tăia toate prostiile pe care ni le spuneți.”

Sala a izbucnit în râs.

Wilkinson n-a răspuns niciodată.

Cum îi era stilul.

O mătușă aristocratică de origine nobilă, care ar prefera să nu-i mănânce pe italieni doar ca să nu fie nevoită să-i digere după aceea.

Astăzi, din marea aventură industrială a rămas puțin.

Un sens giratoriu.

Un panou.

Câteva amintiri care se șterg.

Și prostiile de care italienii — eu cel dintâi — rămân mândri și îndrăgostiți.

*Via UK
Ferdinando*