

لأن العالم لن يتوقف عن حلاقة الشعر غير المرغوب فيه وتنظيف أسنانه واستخدام مزيل الرائحة لتجنب رائحة الإبط الكريهة، رحبت الأسواق بشدة بصفقة شراء بروكتر آند غامبل للمنتجات الاستهلاكية لشركة جيليت، وكذلك فعل وارين بوفيت أكثر مستثمري العالم فطنة ودهاء. ومع إعلان الشركة العملاقة بروكتر آند غامبل التي تتخذ من سينسيناتي مقراً لها (قيمتها السوقية 140 مليار دولار)، أنها تعتزم دفع 57 مليار دولار ثمناً لشراء الشركة التي تتخذ من بوسطن مقراً لها وتنتج بطاريات دوراسيل وأدوات وشفرات الحلاقة وفرشاة الأسنان أورال بي، لم يبد المحللون حتى قليلاً من التحفظ تجاه الصعوبات التي قد تواجه اندماج شركتين وخلق واحدة ستشكل عملاقاً في عالم المنتجات الاستهلاكية. وقد اهتمت الصحافة العالمية بهذه الصفقة، وخصصت لها كل من صحيفتي الأوبزرفر وصنداي تايمز البريطانيتين صفحات كاملة في أعدادها نستقي منها هذا التقرير: يقول إيه جي ليفلي، الرئيس التنفيذي لبروكتور آند غامبل في بيان صادر عن الشركة «هذا الاندماج بين شركتين هما الأفضل في قطاع المنتجات الاستهلاكية في وقت تعمل كلتاهما من موقع قوة يعد فرصة نادرة». وقال المحللون في معرض ترحيبهم بالصفقة «إن قوة جيليت ومزيل الرائحة «الديودرانت» مثل رايت غارد هي المقابل المكمل Magc 3 في مجال المنتجات الرجالية كأداة الحلاقة ماك ثري وتامباكس وكفر Olley للعلامات التجارية للمنتجات النسائية التي تملكها بروكتر آند غامبل التي تضم مجموعة كريمات أولي غيرل ومستحضرات التجميل ماكس فاكتر. ضغط على المنافسين وسيزيد هذا الاندماج من صعوبة الحياة لدى المنافسين من أمثال كولغيت بالموليف، إذ يتعين على منتجاتها لتنظيف الأسنان من معجون وفرشاة أن تتنافس مع معجون كريست لبروكتور آند غامبل وأورال بي لجيليت، ومن ضمن المنتجات الأخرى التي ستهيمن عليها سيركويت وشور وأولد سبايس ورايت غارد وهي جميعها منتجات لإزالة رائحة الإبط والتي ستكون في منافسة حامية مع مجموعة سبيد ستيك من كولغيت. وبمجرد ورود النبأ عن الاندماج، رأى المحللون في ذلك ضوءاً أخضر لعمالقة في قطاع المنتجات الاستهلاكية مثل كوكا كولا لدراسة صفقات ضخمة مماثلة. كما أن الصفقة اعتبرت إشارة إلى أن التوسع في حجم الشركة بأكبر قدر ممكن هو الطريقة الوحيدة للاحكام على قبضة القوة والهيمنة أمام تجار مبيعات التجزئة واستعادة زمام المبادرة منها. عصر وول مارت ففي عصر وول مارت بات من غير الممكن على الموردين أن يكونوا أقوى جداً أو كباراً جداً. وهكذا يوماً بعد يوم تتحول القوة التي كانت بيد شركات المنتجات الاستهلاكية إلى تجار التجزئة. وكون وول مارت، على سبيل المثال، التي تعد أكبر شركة للبيع بالتجزئة في العالم تشكل نحو خمس جميع مبيعات بروكتر آند غامبل، فكانت كلما طلبت اسعاراً أقل تحصل عليها فوراً. وعند استعراض الصفقة من حيث الحجم، 60 مليار دولار. فإن أكبر منتج في العالم للمواد الغذائية وهي نستله السويسرية تبلغ إيراداتها السنوية 48.4 مليار دولار سنوياً. ولكن ومن حيث البنود المالية، فالمركز الأول والثاني يذهبان، على التوالي، إلى الشركة الفرنسية سانوفي – سينتيلابو لإنتاج الأدوية وصفقة شرائها لشركة أفينتس قبل عام بمبلغ 72.7 مليار دولار. وصفقة شراء جي بي مورغان لبانك وان كورب بمبلغ 58 مليار دولار. لكن صفقة بروكتر تتفوق على شراء سينغولار وإيرليس لشركة إيه تي أند تي وإيرليس سيرفيسيز بمبلغ 7.7. وبحسب جيليت فإنها هي التي خطبت ود بروكتر آند غامبل لإبرام الاندماج، وفي عام 2000، أعرب دورك جاغر، ويقول جيمس كيلتس، رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لجيليت «أن هذا الاندماج يجمع شركتين تتكاملان في قوتيهما وثقافتهما ورؤيتهما لتخلقاً نمواً راسخاً وعظيماً». وارين بوفيت هذا التقييم توافق عليه أيضاً شركة بيركشاير هيتاواي أكبر حامل للأسهم في جيليت التي يرأسها المستثمر الأسطورة وارين بوفيت الذي يقول «سيخلق هذا الاندماج أعظم شركة للمنتجات الاستهلاكية في العالم. إنها صفقة حلم». فقبل 16 عاماً اشترى بوفيت أسهماً فيها بقيمة 600 مليون دولار، نظر إليها وقتها على أنها مساعدة مالية لدرء محاولات الهيمنة عليها. ويقول بوفيت أنه مع الانتهاء من جميع إجراءات إبرام الصفقة، فإن بيركشاير هيتاواي ستمتلك 100 مليون سهم في بروكتر آند غامبل أو 9.9. وبحساب أن حصته الحالية في جيليت تساوي 4 مليارات دولار، وأن بروكتر آند غامبل تعرض 0.975 لسهم بروكتر آند غامبل مقابل كل سهم من أسهم جيليت، فإن قيمة حصة بيركشاير ستساوي 18.5 مليارات دولار، أي حوالي تسع مرات أكثر مما دُفع سابقاً. وكان بوفيت ذكر في التقرير السنوي الأخير أنه يحب جيليت وكوكا كولا كثيراً ولا يعبأ إذا مرت عدة سنوات دون أن يتم تداول أسهمهما. «مع التوقعات الجديدة على المدى الطويل، وبحسب بروكتر آند غامبل، فإن أول ضحايا الاتفاقية سيكون خسارة 6 آلاف وظيفة، أي ما يعادل 4% من القوى العاملة المشتركة للشركتين والبالغة 140 ألف وظيفة. توسع كبير ومع ذلك، يمكن تعويضها في المستقبل مع تبني الشركة لاستراتيجية توسع نشطة في الأسواق سريعة النمو في القطاع الاستهلاكي كالصين وروسيا والمكسيك وتركيا. وفيما تعد منتجات دوراسيل ومزيل الرائحة التي تملكها جيليت جاذبة لبروكتور آند غامبل، الآن منتجاتها من أدوات الحلاقة وما يرتبط بها تظل هي الأكثر جاذبية، إذ حققت أدوات الحلاقة ماك ثري

وبرون وفينوس (اداة الحلاقة النسائية) نجاحا كبيرا، وقد بلغت مبيعات جيليت من هذه المجموعة وما يرتبط بها من شفرات وكريمات مبيعات بلغت 44. لا شك ان الصفقة ستحدث تحولا في صناعة المنتجات الاستهلاكية، لكن تأثير ذلك في المستهلكين لن يُعرف الآن. غير ان ما يمكن التأكد منه في الوقت الراهن على الأقل هو ان العالم لن يكون لديه سبب للتوقف عن الغسل والحلاقة واستخدام مزبل الرائحة. حقائق ومعلومات تعتبر بروكتر اند غامبل من اكبر المعلنين في العالم، وتتابع اعمالها عن كُتب في صناعة الدعاية والإعلان. وفي عام 2003، انفقت بروكتر اند غامبل 2,7 مليار دولار على الإعلانات في الولايات المتحدة الاميركية وحدها. وبشرائها لجيليت التي انفقت 337 مليون دولار على الإعلانات فإن ذلك يعني ان الميزانية الاعلانية للشركة الجديدة ستفوق ثلاثة مليارات دولار. < تستحوذ جيليت على 74% من سوق الحلاقة العالمية التي يصل حجمها الى 7 مليارات دولار. < يستخدم منتجات بروكتر اند غامبل مليارا مستهلك يوميا. < اكثر من مليار مستهلك يستخدمون منتج جيليت يوميا. < تملك بروكتر اند غامبل 16 علامة تجارية، فيما تملك جيليت خمس علامات تجارية. < من العلامات التجارية التي تتبعها بروكتر اند غامبل حفاظات الاطفال بامبرز ومسحوق الغسيل ايريال ورقاقات البطاطا المقرمشة برينغرلز. < من المتوقع ان تصل ايرادات بروكتر اند غامبل وجيليت معا إلى 60 مليار دولار. تشكك آل ايهربار، رئيس براند ايكونوميكس للاستشارات التي تتخذ من نيويورك مقرا لها، في ان تحظى بروكتر اند غامبل بمزيد من النفوذ والقوة في مواجهة عمالقة تجارة التجزئة. واجاب عن سؤال بهذا الصدد بقوله «اقصر اجابه هي لا». وقال ايهربار ان ليفلي واحد من اكثر الرؤساء التنفيذيين الحاليين اثارة للإعجاب، كما ان بروكتر اند غامبل وجيليت من اقوى العلامات التجارية في العالم «لكنني اشكك كثيرا في ان ترابط البائعين سوف يقدم شيئا جيدا». وتابع قائلا «الاندماج سيخلق شركة اكبر لكن ليس بالضرورة افضل». رجل تسكنه الشركة ايه جي ليفلي الذي التحق ببروكتر اند غامبل عام 1979 هو رجل يعيش في صلب الشركة التي يرأسها. فحتى المنزل الذي يسكنه وهو فيللا تستوحي في تصميمها طراز توسكاني وتطل على نهر اوهايو، اشتراه من الرئيس التنفيذي السابق جون سميل. وورق الجدران في مكتبه بالمنزل مزين بالفيل الاحمر في اشارة الى الايام التي ادار فيها العمليات الآسيوية للشركة. ويعلق على الحائط صورة ساموراء عالق بشبكة العنكبوت. عين ليفلي (57 عاما) كرئيس تنفيذي للشركة عام 2000 في انقلاب وقع في مجلس الادارة فصل على اثره الرئيس التنفيذي السابق دورك جاغر الذي سعى الى تمزيق ثقافة الشركة «المتعصبة والانعزالية» لدرجة ان بعض مؤيديه كانوا يضعون شارات كتب عليها العالم القديم / العالم الجديد للتعبير عن ازدرائهم لماضي بروكتر اند غامبل. يحب ليفلي استخدام الشعارات والكليشيهات. انه رجل يحب «لحظة الحقيقة». وقد اثبتت افعاله انه اكثر راديكالية من كلماته. قالوا عن الصفقة بوب ماكدونالد، «اندماج يجمع شركتين تتكاملان في القوة والثقافة والرؤية» جيمس كيلتر، الرئيس التنفيذي لشركة جيليت). «الصفقة اللحم» وارين بوفيت، الرئيس التنفيذي لشركة بيركشاير هيتاواي التي تملك حصة كبيرة في جيليت. عملاق بدأ بزواج وكبر مع الحروب بعيدا عن الحجم الكبير للصفقة، فإن هذا الاتحاد يجمع اثنتين من اقدم الشركات الاميركية. صانع الشموع وجيمس غامبل، صانع الصابون الاختين اوليفيا واليزابيث نوريس حيث اقترح والد الفتاتين الكسندر نوريس على الزوجين الدخول في شراكة عمل، فساهم كل واحد منهم بنحو 3600 دولار لتأسيس الشركة في مدينة سينسيناتي. وخلال الحرب الاهلية الاميركية باع الشريكان للجيش الاتحادي الشموع والصابون. ابتكر ابن غامبل صابونة ايفوري وفي عام 1946، وفي السنوات اللاحقة، وسعت الشركة من منتجاتها عبر شراء نوكسيل التي تملك منتجات كفر غيرل ونوكسيما واستحوذت ايضا على منتجات اولد سبايس وماكس فاكور، وكليرول وويلا. اما جيليت فقد اسسها كينغ سي جيليت عام 1901، باسم ذي اميركان سيفتي ريزور فوق متجر للسك في بوسطن. وخلال الحرب العالمية الاولى، وردت الشركة للقوات الاميركية الملايين من ادوات وشفرات الحلاقة. وقد بلغت مبيعاتها في عام 1911، وفي عام 1953 طرحت الشركة كريم الحلاقة الرغوي ولاحقا في عام 1955، اشترت شركة بيبير ميث ثم اشترت براون عام 1967 وفي عام 1984 اشترت مختبرات اورال بي. بعد كريستيان لاکروا. شركات المنتجات الفاخرة تحطم أسطورة المصممين النجوم بعد سنوات من مداراة المصممين «النجوم» غير المرشحين ومسائرتهم، بدأ مسؤولو دور الازياء في ملاحقة بعض من الاسماء التي تعد اسطورة في صناعة الازياء والمنتجات الفاخرة. از توشك برادا غروب ان تعلن ان هيلموت لانغ، المصمم الشهير النمساوي المولد والتي تحمل تصميماته اسمه، سيغادر الشركة فورا، وذلك بحسب مصادر مطلعة على الموضوع. ويتولى باتريزيو بيرتيلي، الرئيس التنفيذي لبرادا، شركة هيلموت لانغ التي اصبحت جزءا من المجموعة الايطالية للمنتجات الفاخرة منذ عام 1999، الى ان يقرر كيف سيعيد تنظيمها لتعزيز مبيعاتها واعادتها لتحقيق الأرباح. ويسجل قرار بيرتيلي توجهها جديدا في صناعة الازياء، فبعد سنوات من المحاولات العقيمة لتحقيق الارباح من الماركات برزت بروزا كبيرا خلال فترة

الازدهار في التسعينات، أصبحت مجموعات المنتجات الفاخرة العملاقة أكثر قسوة على الماركات التي يديرها مصممون متمرسون يحرقون المال حرقاً. ففي هذه الاثناء وكمثال آخر على هذا التوجه، تجري ال في ام اتش، أكبر مجموعة للمنتجات الفاخرة في العالم، محادثات لبيع ماركة كريستيان لاکروا غير المربحة والتي تدار من قبل المصمم لاکروا الى مجموعة من المستثمرين في الولايات المتحدة بعد الفشل في تحقيق اي ارباح منها. ويعد بيرنارد ارنولت، خطوة على الأرجح سيتبعها منافسوه. وفي مجموعة عملاقة اخرى