

4

المرأة (الكايت)

كشخص يعمل في الخفاء، وضع فيكتور لي شركة آفيري دينيسون في وضع حرج للغاية. ولكنه كان هاوياً بكل معنى الكلمة. فجرت الاستفادة من قدراته في الوصول إلى مصادر المعلومات. كيف سيحاول جاسوس مدرب أن يجمع المعلومات حول شركة متعددة الجنسيات؟ وما الذي يمكنه فعله إذا كان مقيداً بموعد محدد لإنجاز مهمته؟ تلك كانت المعضلة التي تواجه عضو مجلس هيئة أخصائيي الاستخبارات التجارية SCIP وويليام دو جينارو الذي كان قد كُلف بمهمة مربحة من قبل شركة شوانز سيلز انتربرايز؛ وهي شركة أغذية مقرها في مارشال، مينيسوتا، مهمة إجراء دراسة حول منتج جديد يُعدُّ بإحداث ثورة على صعيد البيتزا المجلدة. وكان الهدف هو شركة كرافت Kraft أكبر شركة للأغذية المعلبة في البلاد والتي كانت قد ابتدعت نوعاً جديداً من البيتزا ذات القشرة المنتفخة. وكانت تقوم بتسويقها على سبيل الاختبار تحت اسم دي جيورنو. كان الوقت هو شتاء 1997 وحتى ذلك الحين كان من الصعب غالباً تبين الفرق في المذاق بين البيتزا المجلدة وعلبة الورق المقوى التي كانت معبأة فيها.

وكانت شركة شوان، التي قامت بتسويق بيتزا تم شراؤها من المحال

تحت الاسم التجاري «طوني»، قد سمعت بأن كرافت؛ أحد فروع شركات فيليبس مورييس لتصنيع السجائر، كانت تخطط لحملة إعلانية ضخمة تهدف إلى الترويج لـ «دي جيورنو» على أنها البيتزا المجلدة الوحيدة بطعم البيتزا الطازجة الخارجة لتوها من الفرن، بيتزا الصالونات الضخمة. وكانت شركة شوان تتهياً لمعركة غذائية كبرى في سياق استعداداتها. ولكن إذا كان لها أن تحقق أية فرصة بالفوز، فستوجب عليها معرفة مدى السرعة والقوة التي ستعتمد شركة كرافت من خلالهما إلى التخطيط لنشر دي جيورنو في أنحاء البلاد. كرافت التي سبق لها أن باعت البيتزا المجلدة تحت اسمي تومبسون وِجَاك. بهذه الطريقة تكون قد أوجدت استراتيجية مضادة. وللقيام بذلك، كان على الشركة أن تعرف بدقة الموقع والطاقة الانتاجية لمنشأة تصنيعية كانت كرافت قد أقامتها في ساسكس، ويسكونسن وكذلك نوع المعدات التي تحتويها المنشأة وعدد خطوط الانتاج وأنواع وأحجام شطائر البيتزا التي كان يجري إنتاجها هناك. والأهم من ذلك كله هو عدد الشطائر التي ينتجها كل خط من خطوط التجميع يومياً.

ولكن لن تقوم كرافت هكذا وببساطة بتسليم المعلومات إلى منافس كانت تعقد العزم على إزاحته من السوق. لذا قام دو جينارو بما قام به العديد من زملائه في هيئة اختصاصيي الاستخبارات التنافسية من المؤيدين لعملية جمع المعلومات من مصادر مفتوحة. لقد قام بتجيير عقد العمل إلى شخص آخر؛ شخص جشع أشبه «بالحدأة» الذي، إضافة إلى كونه قادراً على جمع المعلومات التي يتطلبها العمل، سيسدي خدمة قيمة إلى دوجينارو هي القدرة على الإنكار جديرة بالتصديق ظاهرياً. وكان

دوجينارو قادراً على إطلاق حدّاته إلى ذلك الموقع وجعله يقوم بكل ما هو مطلوب للحصول على المعلومات. ولكن إذا ما ظهرت عاصفة على شكل دعوى قضائية أو اتهامات بالjasوسية التجارية، فبوسعه الزعم أنه لم يكن على علم بما كان يقوم به مقاوله الفرعي، كان هذا مخادعاً مأكراً بالطبع. وكان دوجينارو قد عمل بتأن على تشذيب صورة رجل العالم، وكان موضع حفاوة نظرائه لقدرته على إبقاء جمهوره الساهر فرحاً حتى الفجر بقصص قذرة دنيئة عن المكائد التجارية. وكان نصف أعضاء جمعية اختصاصيي الاستخبارات التنافسية يظنون بأن دوجينارو كان عميلاً سابقاً في وكالة الاستخبارات المركزية CIA، وأما النصف الآخر فكان مقتنعاً بأنه أحد عملاء وكالة الأمن القومي NSA. والحقيقة أنه ترك العمل في وزارة الدفاع وسبق له أن ترأس قسم الاستخبارات التنافسية في شركة ثري إم 3M ثم انطلق لتأسيس شركته الخاصة خارج ساراسوتا، فلوريدا، ومدرسة تدعى «مركز الاستخبارات التجارية العملية» والتي قام بإدارتها بالتعاون مع جون نولان؛ سليل آخر من سلالة هيئة اختصاصيي الاستخبارات التنافسية. في الوقت الذي كانت فيه شركة شوان بانتظار المعلومات على أحر من الجمر، قام دوجينارو بالاتصال بمارك باري؛ مؤسس شركة الاستخبارات التجارية سي ثري آي أناليتكس C3I Analytics في نيويورك والذي كان قد أسهم في إنجاز المهمة لمصلحة دوجينارو ست مرات في الماضي.

وباري هذا هو شاب إيرلندي ذو شعر أحمر في أوائل العقد الرابع وهو خبير بالتعامل مع أبناء الشوارع. وكان قد حقق لنفسه شهرة كخبير في الذكاء البشري Human intelligence. عمل في الخفاء للتسلل إلى

شبكات الجريمة المنظمة الآسيوية التي كانت تتحكم بتوزيع البضائع المزورة في الولايات المتحدة، إضافة إلى تعقب المواد الصيدلانية والغذائية وقطع غيار الطائرات المزورة. وكانت قائمة زبائنه تضم من جملة ما تضم: بوردن، غس، جينز، نايك، وارنر بروس وبوش ولومب. كان بوسعه أن يميز ماركة مقلدة لأزياء كايت سبايد النسائية من الجانب الآخر من الشارع عدا عن مشاركته في عشرات المداهمات لمصادرة خواتم مزورة. وكونه قد ولد في دورشستر؛ «عاصمة الجريمة في بوسطن» فقد قام باري بمفرده بوضع مشاريع قوانين لمكافحة التزوير تمت المصادقة عليها بالإجماع من قبل الهيئات التشريعية في ثلاث ولايات هي: جورجيا ورود آيلاند وتكساس، مانحاً الشرطة الحق في حجز الحسابات المصرفية الشخصية وغير ذلك من الأصول والموجودات التي تخص الأفراد الذين ضبطوا وهم يُصنَّعون سلعاً مزورة. وبموجب قوانينه وتشريعاته كانت العائدات المحتجزة تحال عندئذ إلى خزائن تنفيذ القوانين المحلية. وكان رجال الشرطة، الذين هم غارقون حتى آذانهم في مشاغل أخرى، متقاعسين إلى درجة مخزية عن معاقبة مزوري السلع. وكانوا بذلك يشجعونهم على العمل من خلال إعطائهم حافزاً لتحقيق الربح.

ومما يبعث على السخرية هو أن المعارضة الرئيسية للتشريع جاءت من المحامين الذين يمثلون الشركات التي يجري تقليد منتجاتها بصورة غير مشروعة. إذا ما اعتمد قانون باري، فهذا يعني أنه لن تكون هنالك أية منازعات تستدعي اللجوء إلى رفع الدعاوى القضائية. وهكذا فعندما تدار إحدى المنظمات الصناعية بشكل أساسي من خلال محامين يتقاضون/ 400 دولار عن الساعة الواحدة، يحاول التجمع الدولي لمكافحة التزوير

IACC تحطيمها بالتشريعات الحكومية . وعليه فقد قام باري بسرقة العلامة التجارية للمنظمة عندما نسيت أن تعيد تسجيلها . لقد أعادها بالنتيجة مع ابتسامة . وبصفته محققاً خاصاً، كان قد استخدم أفضل ما يملك من الخدع الذكية لجمع المعلومات البالغة السرية والكتمان . ووجه بأن النهج الأخلاقي لهيئة اختصاصيي الاستخبارات التنافسية والذي ينطوي على إفشاء للمعلومات إنما هو نهج نفاقي لا أخلاقي . يقول باري : «حسب اعتقادي، تم التعاقد معي للحصول على معلومات حساسة لا يستطيع زبوني الحصول عليها بنفسه . لدي عدد ضخم من الزبائن ذوي جنسيات مختلفة، وفي بعض الحالات كنت أعمل لمصلحة كليهما : القسم القانوني وقسم التسويق الاستراتيجي ضمن الشركة نفسها . المفارقة في هذا الوضع هي أنه في الوقت الذي ستجعل منه الخدع والألاعيب والحيل الذكية فولكلوراً شعبياً للتنفيس عن الآخرين في القسم القانوني، فإن السلوك نفسه قد يتسبب بطردك من العمل في قسم التسويق الاستراتيجي إذا كانوا يتوقعون منك الالتزام بالقواعد الأخلاقية لهيئة اختصاصيي الاستخبارات التنافسية . وهذه المرة فإن الشركة ستكون شركة شوان التي حققت عائدات أرباح إضافية بلغت 3 مليارات دولار من مبيعات البيتزا المجمدة . لقد أدركت الشركة أنه إذا ما وجدت كرافت حلاً للمشكلة مع البيتزا المعلبة والتي كان يتطلب منها أن تكون مطهورة سلفاً، الأمر الذي سيؤدي إلى ظهور قشرة مطاطية بلا طعم، هذا يعني أن هنالك فرصة شيطانية تلوح في الأفق .

على غرار الكثير من الأشياء التي أصبحت مربحة وقابلة للتعرف عليها على أنها جزء من أمريكا، فقد شقت البيتزا طريقها نحو نيويورك في

النصف الثاني من القرن التاسع عشر مع وفود المهاجرين . . على الرغم من أنها بكل تأكيد اختراع إيطالي، فإن العديد من مكوناتها، ما يبعث على السخرية، هاجرت أيضاً من مكان إلى آخر. أما الطماطم التي كان يعتقد بأنها سامة، وكانت في بداية الأمر نبتة من نباتات الزينة، فقد شقت طريقها إلى إيطاليا عبر المكسيك والبيرو. والإغريق الذين كانوا يأكلون نوعاً من خبز الصاج المستدير الذي يدعى بـ «بلانكونتوس» فكانوا هم من أطلق فكرة استخدام الخبز كطبق طعام بحد ذاته؛ موزاريللا، المصنوع من حليب جاموس الماء والذي يعود في أصوله إلى هند القرن السابع. في سنة 1905 افتتح مهاجر إيطالي يدعى لومباردي أول مصنع للبيتزا في البلاد وهو «مصنع لومباردي» في نيويورك لكن لم تغز البيتزا الأسواق بشكل شامل حتى خمسينيات القرن الماضي مع إنشاء سلسلة مطاعم البيتزا الوطنية مثل بيتزا هات وشايكي.

ويستهلك الأمريكيون، هذه الأيام، ما يعادل مساحة 100 فدان من البيتزا يومياً في المطاعم وفي المنازل - وأشهر أنواع البيتزا على الإطلاق هي بيتزا ببيروني التي تتربع على عرش ثلث أنواع البيتزا - حيث تنفق العائلة الأمريكية المتوسطة ما يقارب 350 دولاراً في العام على البيتزا المجلدة وحدها. وعلى الرغم من أن شطائر البيتزا الجاهزة تساوي قرابة مليار دولار سنوياً، فإن صالات البيتزا في أنحاء البلاد تحقق ما يزيد على ذلك بخمس عشرة مرة. وحيث إن معظم العجين المستخدم في شطائر البيتزا التي تُستهلك في مطاعم البيتزا الشعبية هو مجلد على أية حال، فإن البيتزا المعلبة المحضرة طازجة في الفرن يمكن أن تسهم في سوق البيتزا هذه والتي يبلغ حجمها 30 مليار دولار.

كانت شركة شوان تعرف سلفاً السر وراء دي جيورنو ألا وهو إضافة الخميرة إلى العجينة الخام؛ طريقة كانت كرافت قد اقتبستها سنة 1992 عندما اشترت شركة جاك، وهي شركة متواضعة لصناعة البيتزا والتي اتخذت من ويسكونسن مقراً لها. قال المحللون في ذلك الوقت بأنها كانت حركة حاذقة لاستكمال ماركة تومبسون الأعلى ثمناً والتابعة لشركة كرافت. لم يكونوا على دراية بأن كرافت كانت تحقق أيضاً بعض المكاسب الرائعة على صعيد البحث والتطوير في صفقتها الصغيرة بقيمة 5 ملايين دولار. إن السباق إلى إيصال البيتزا ذات المذاق الأفضل إلى المحال سيحقق أفضلية تحسد عليها. وكان على شوان أن تعرف المسافة التي تفصلها عن كرافت بالنسبة لشطائرها ذات القشرة المتفخة، لذلك عمدت إلى التعاقد مع دوجينارو، وهذا هو السبب في أنه، دون علم شوان، تحوّل للتعاون مع مصدر الثقة عنده، مارك باري.

بعد قبوله العمل من خلال زميل لدوجينارو يدعى راي بوتشي، الذي يقول عنه باري «بأنه يعطي أقل من المتوقع ولكن على الفور»، قام بشراء بطاقة هاتفية مدفوعة بقيمة 10 دولارات من محل بقالة قريب بحيث يتعذر تعقب مكالمته، فأنشأ بريداً صوتياً وخط إرسال فاكسات زائفاً مع شركة تدعى أميركان فويس ميل American Voice Mail. وقد أنشأ كلا الحسابين تحت رمز المنطقة 414، والذي يغطي ساسكس، ويسكونسن. وبهذه الطريقة بات بإمكان باري أن يحضر رسائله وفاكساته من مكتبه في نيويورك، مع أن أشخاصه المستهدفين يحملون الانطباع بأنه محلي. ثم يضع أمامه فنجاناً كبيراً من قهوة الإسبرسو، ويشعل سيجارة... بعد أن يتلهم ببعض نشاطات البحث الروتينية على شبكة الانترنت، يتناول الأداة

الوحيدة التي يحتاج إليها، ألا وهي الهاتف. كان بوتشي قد سبق وأخبره عن موقع المصنع. فقدّر باري بأن أحداً ما في حكومة البلدة قد يكون على علم بتفاصيل عنه.

من السهل تدبر أمر أهل السياسة لأنهم عادة ما يكونون تواقين للشعور بأنهم قادرون على القيام بما يُطلب منهم. يقول باري: «الوصول إلى أحد المتنصتين المأجورين من إحدى لجان التنمية الاقتصادية المحلية وحمله على كشف أسرار تتعلق بكرافت من خلال استدراجه بكلمات معسولة حول مدى روعة الوظائف الجديدة بالنسبة للشركة المحلية، سيكون أمراً يسيراً. كذلك قام بالاتصال بغرفة التجارة وانتحل شخصية مراسل من صحيفة وول ستريت.

استغرق منه الأمر دقيقة واحدة فقط للحصول على عنوان مصنع تومبستون للبيتزا الواقع في شارع سوزان. تناول باري رشفةً من القهوة ثم قام بالاتصال بمكتب تخمين الضرائب في مدينة ساسكس، حيث علم من أحد الموظفين بأن كرافت كانت مكلفة بضرائب على مصنعها الجديد التي تبلغ مساحته 143914 قدماً مربعاً، ولم يتم طرح أية أسئلة.

كان باري يعرف أن كرافت، نظراً لأن أمريكا هي أمريكا، لن تكون قادرةً على البدء بأعمال البناء لمصنعها الجديد دون تراخيص، لذلك قام بابتداع شخصية أسطورية، اختصاصي بيئة اختار له اسم كوريتيس والتون. وهو اسم انتقاه كيفما اتفق. دوّن الاسم أمامه لأنه بنهاية كل مكالمة كان أحد الأشخاص غالباً ما يسأله: «ما اسمك مرة أخرى؟». ولم يكن راغباً في أن ينسى اسمه. (لقد حدث ذلك من قبل) إذ قام باري بالاتصال بقسم الإطفاء وبمفتشي الأبنية في البلدة نظراً لأن كليهما لديه تصاميم

ومخططات لمنشآت التصنيع المحلية. زعم أنه كان يتصل نيابة عن منظمة مجانية مناصرة للبيئة تدعى إيكونت ECONET وأنه كان يعد مقالة لـ إيكونيوز Econews حول كميات الفلوروهيدرو كاربون المفرطة التي تنفثها منشأة ساسكس. لم يحرك فوج الاطفاء ساكناً، ولم يحضر مفتشو الأبنية. وبعد عدة اتصالات، نجح باري في الوصول إلى إحدى الموظفات في مكتب مفتشي الأبنية حيث دار الحوار الآتي عبر الهاتف بعد أن قالت أنها لا تستطيع مساعدته بغياب المدير.

«لكنني مقيّد بوقت محدد»، قال باري بلسان والتون. أليس هنالك شيء بوسعك القيام به؟

«مديري أفضل مني بكثير في قراءة هذه المخططات»، قالت الموظفة:

أخشى أن أغفل عن شيء ما.

«أية مساعدة ستقدمينها ستقابل بكثير من التقدير».

«لا أدري».

وأخيراً تمكن باري من إقناعها بعد توسلات كثيرة حتى رأفت لحاله.

حالما قرأت مضمون المخططات، ورغم أنه كان يقوم بتسجيل المحادثة، كان باري يدوّن ملاحظاته في حال انقطع شريط التسجيل أو حدث عطل ما. غالباً ما يكون أمامك فرصة واحدة فقط فقد كان يريد أن يكون واثقاً من حصوله على كل شيء.

«لم تكن هذه منشأة جديدة، وإنما هنالك بعض الإضافات التي

يجري إلحاقها بالمنشأة القائمة» قالت الموظفة. هذا يبدو مقنعاً. لكي تتمكن من الحفاظ على تكاليف نقل منخفضة، كانت كرافت بحاجة للإبقاء على مركز إنتاج البيتزا في موقع استراتيجي وقريب من مصادر المواد الخام. «المنشأة الملحقة التي تبلغ مساحتها 143914 قدماً مربعاً قد جرى تصميمها من قبل شركة ستالمات الهندسية في لندن الجديدة. نيو هامبشاير».

«ستالمان؟ كيف تهجئ الاسم؟» سأل باري.

إس. تي. إيه. إتش. إل. إم. إيه. إن. Stahlman «أوف نيو/ لندن، نيوهامبشاير؟» «نعم. وبنيت من قبل ماس براذرز Mass Brothers م - 1 - س كونسترشن أوف دوترتاون. ويسكونسن».

قامت بتلقيه التفاصيل التي كان يشتمل عليها ترخيص التوسع: مخزن إضافي، مساحة أكبر للمخبز ووحدة إعادة تكرير جديدة. وعندما وصلت إلى الحقائق الأساسية في ما يتعلق بنوعية المعدات التي سيتم تركيبها في المنشأة الجديدة، أمطرها باري بالأسئلة وبدأ برسم مخطط. «... ثلاث غرف للكومبريسات»، قالت له، «مجمدة بدرجة حرارة 10 تحت الصفر. وثلاث بطبقات متعددة» - «كم عددها؟» «اثنان. غرفة عجين، براد اللحم، وبرادان للجبن، غرفة تخزين للمواد الكيميائية، وشيء يسمى نظام حزام ناقل مزود بدھليز، مزينة مسلطة للمخبز والعديد من خطوط الصلصة والطبقة العلوية؟».

«كم عدد خطوط الصلصة والطبقة العلوية؟».

«هذا غير مذكور».

«حسن، تابعي»

«غروتك بيير ماتيك. أربع ثلاثيات خاصة».

«ما هي المسافة بين الحزام الناقل والثلاثيات؟»

«الثلاثيات عند الزاوية تبعد قرابة ثمانية أقدام عن الحزام الناقل.

رصيف للقمح، رصيف تجميل».

«ما هو حجم رصيف التجميل؟»

«1906 أقدام مربعة»

«أين يقع؟»

«إنه بين المخبز وغرفة التكرير».

مزهواً بما حققه، شكرها باري ثم أقفل الخط.

أربع ثلاثيات لولبية واثنان بطبقات متعددة؟ رصيف تحميل بمساحة 2000 قدم مربعة؟ مزينة شلالية مسلطة للمخبز؟ على الرغم من أن باري لم يكن يعرف شيئاً عن إنتاج البيتزا، فإن شوان كانت تعرف بالتأكيد وسيكون بوسعها أن تستفيد على النحو الأمثل من هذه المعلومات. لكن عملاً كثيراً كان لا يزال أمام باري لإنجاز مهمته. أما الآن فقد آن أوان المرحلة الأكثر حذراً ودقة: كيف سيتمكن من قياس الطاقة التشغيلية للمنشأة؟ أخذ ينفث دخان سيجارة الماكانودو الصفراء ويفكر في خطة ما. ما الذي تتطلبه كل أنواع البيتزا المجمدة؟ تساءل بينه وبين نفسه. لصاقات: كيف ستقتفي أثر اللصاقات، مع ذلك؟ إضافة لذلك، فقد كان هنالك على الأقل ثلاثة أنماط مختلفة. بيبروني pepperoni، فطر؟ لكن على المنشأة أن تستخدم الكثير من الطبقات العلوية المختلفة، فكرافت استخدمت أطناناً فيها، أو

لم تصنع شطيرة من أربع قطع من الجبن؟ إضافة لذلك، يمكن للجبن أن يُخزّن لفترة من الزمن لذلك لن يكون هناك كثير من الفائدة لمعرفة كم شطيرة بيتزا يمكن أن تقدمها الأحزمة الناقلة تلك. قمع؟ خميرة؟ زيت؟ لا، ذلك لن يعطي نتيجة العلب الكرتونية؟ ربما، إلا أن شطائر بيتزا تومبستون كانت تُلف بأغلفة من البلاستيك المكرنش، وليس في علبة. بعد أن دخن نصف سيجارة، هبط عليه الإلهام. أقراص الورق المقوى. كل شطيرة بيتزا، سواء جاءت في علبة أو ملفوفة بالبلاستيك المكرنش، كانت توضع على قرص من الورق المقوى. ذلك هو الحل الثابت المستديم. تناول باري سماعة الهاتف واتصل بمنشأة ساسكس وطلب قسم الحسابات الصادرة، وبعد تلكؤ لا مناص منه في نظام الخدمة الهاتفية، تلقى صوتاً. ضغط على الصفر في الحال وعندما أجابته عاملة المقسم طلب قسم الحسابات الواردة. وبعد صوت آخر، طلب من عاملة المقسم أن تصله بقسم آخر حيث ردت عليه سيدة شابة.

«هاي أنا بوبي رويس» قال باري وهو ينظر إلى الاسم الذي دونه للتو في دفتر ملاحظاته إلى جانب اسم شركة وهمية. «أنا رئيس شركة بريزیدنشال كوروجتيد بوكس» «هل من خدمة يمكنني أن أقدمها لك سيد رويس؟» سألت السيدة الشابة بابتهاج. لا بأس، فكر باري قائلاً لنفسه. «حسن، أتدري، أنا أملك منشأة لتصنيع الورق المقوى. ليست كبيرة إلى هذا الحد. منشأة عائلية محلية. قدرت بأنه طالما أننا منشأة محلية وأنتم شركة محلية لعل بوسعنا أن نقيم نوعاً من التعاون في ما بيننا».

«لا أدري، يا سيدي». قالت السيدة الشابة: «نحن نستخدم كمية هائلة من الورق المقوى».

«مفهوم، لا بأس. ما الذي تعتقدون أنكم ستكونون بحاجة إليه.

عشرة، عشرين ألف وحدة شهرياً؟»

«لا. أبداً، نحن بحاجة إلى أكثر من ذلك».

«أكثر بكم؟».

«أكثر بكثير». نحن نتعامل بمئات ألوف الوحدات يومياً.

نحن نستعمل نوعية وايرهايوسار Weyer hae u ser. إنها الأكبر على الإطلاق. بذل باري قصارى جهده ليظهر بمظهر المحزون لما أصابه من خيبة أمل.

«ايرهايوسار. لا بأس. هذا كثير بالنسبة لمنشأتنا. ولكن في حال حدث لديكم زيادة في الطلب واحتجتم إلى المزيد، سأرسل لكم بعض الكميات».

تحول من الهاتف إلى الانترنت، حيث أدخل اسم وايرهايوسار على نظام البحث «ياهو» لتحديد موقعها التجاري على الانترنت. اتصال «واحد» مع مقر شركة وايرهايوسار كان كافياً لحصوله على رقم منشأة وايت بير White Bear في مينيا بوليس مينيسوتا، المنشأة التي كانت تقدم خدماتها لويسكونسن.

انتحل شخصية موظف في قسم المشتريات في منشأة بيتزا تومبستون التابعة لشركة كرافت قام لتوه بتسلم الحساب، وزعم أن هنالك تناقضاً في بعض الإيصالات والفواتير وسأل كم علبة وقرص ورق مقوى كانت وايرهايوسار قد شحنت للمنشأة الشهر الماضي. لكن الرقم الذي أعطاه إياه قسم الحسابات الصادرة بمئات قليلة من الآلاف. كان أقل بكثير.

بالمقارنة مع الرقم الذي أعطته إياه السيدة الشابة من قسم الحسابات المدفوعة لم يكن مقنعاً. أشعل باري سيجاراً آخر وقام بالاتصال برصيف تحميل كرافت تومبستون. بعد بضع رئات قام أحدهم برفع السماعة حيث تنهأ إلى سمع باري صوت الآلات الثقيلة وهي تهدر في الخلف. مكرراً دوره كبوبي رويس، صاحب شركة بريزیدنشال كوروجيتد بوكس، دخل باري وعامل شركة تومبستون في دردشة قصيرة. قدر باري بأن الرجل لا بد أن يكون من أنصار فريق غرين باي باكرز. Green Boy Packers. وهكذا تظاهر بأن فريق مينيسوتا فايكنغز، الذي كان من المقرر لباكرز أن يلعب معه في ذلك الأسبوع كان فريقه المفضل.

تحوّل الحديث من أسطورة باكرز فينس لومباردي إلى النوع الصحيح من الكهربائيات الحرارية لفصول شتاء ويسكونسن إلى من يصنع أفضل الأحذية عالية الساق. ولكن باري، الذي سبق له أن عمل كعميل سري فوق العشرات من أرصفة التحميل في تحقيقات سرقات البضائع، قال بأنه كان يحب التيمبرلانز، إلا أن صديقه الجديد كان يرتدي الـوولفيرين أخيراً، وبعد بناء علاقة وئام، بدأ باري بطرح الأسئلة حول الورق المقوى.

«كم باونداً من الصناديق يتم شحنها من ذلك الرصيف إلى كرافت؟»
سأله باري:

عامل رصيف التحميل أعطاه رقماً أقل حتى من الرقم الذي أعطته وايرهايويسار. الآن بات حقاً في حيرة من أمره. «إنهم يأتون فقط مرة أو مرتين في الأسبوع» أضاف الرجل في محاولة منه لتقديم مساعدة.

«ماذا تعني؟» سأله باري.

«فمن يعيد تصنيع الصناديق؟».

«لا أفهم، تبيعون شطائر البيتزا في العلبة، أليس كذلك؟».

«هذه صناديق مختلفة. هذه الصناديق يعاد استخدام كل منها أربع مرات. نستخدمها لشحن البيتزا من ليتل تشوت» «وما هي بربك ليتل تشوت هذه؟»

«إنها منشأتنا لتصنيع البيتزا» لكننا لن نستمر في استخدام الورق المقوى لهذا الغرض طويلاً. «سوف نحول إلى البلاستيك للشحن بين منشأة وأخرى. والذي لا يحتاج إلى إعادة تصنيع» أخبر باري بأن منشأة ليتل تشوت كانت تصنع معظم شطائر البيتزا، على الرغم من أن بعضاً منها كان يأتي من منشأة ساسكس. منذ أيلول 1997، كانت كرافت تنتج ما إجماله 300000 شطيرة بيتزا يومياً، ومن ضمنها شطيرة جاك بحجم 12 بوصة وشطائر دي جيونورو بحجم 12,8 بوصة. كانت ليتل تشوت المنشأة الوحيدة التي تُصنع شطائر بحجم 8 بوصات.

شكر باري الرجل، ثم قام بالاتصال بأقسام مختلفة في منشأة ليتل تشوت، حيث أكد أن منشأة ساسكس كانت تعمل بطاقة إنتاجية قدرها 300,000 شطيرة بيتزا يومياً، وأنها بدأت مؤخراً بصنع كميات صغيرة من البيتزا ذات العجينة القابلة للانتفاخ أيضاً. اتصل بمدير خطوط الانتاج بمنشأة ساسكس زاعماً بأنه كان يعد بحثاً علمياً حول الإنتاج الغذائي. «أنا أعرف بأنكم تنتجون 300,000 شطيرة بيتزا يومياً» قال باري: «كم خط إنتاج يعني ذلك؟» «خمسة خطوط» أجابه مدير الخطوط الإنتاجية «ولكن ثلاثة منها فقط تعمل معاً في الوقت نفسه». قام باري عندها بالاتصال بمكتب مفتش الأبنية وحصل على الحقائق الموثوقة المجردة حول منشأة

ليتل تشوت، واضعاً خريطة أخرى مفصلة لزبونه. وعلاوة على ذلك فقد تبين بأن كرافت كانت أيضاً تبيع شطائر البيتزا ذات القشرة المحشوة، لكنها لم تكن تصنع الشطائر.

عوضاً عن ذلك، كانت قد أوكلت هذه المهمة لنيشن بيتزا Nation's Pizza في شيكاغو، إيلينوا، والتي أخبرته بأن كرافت كانت تقوم باختبار أسواق البيتزا ذات القشرة المحشوة بالجبن و/أو فطر البيبروني لصالح تومبستون، وبأنه لم يكن عقداً حصرياً. لذلك فقد كان بمقدورها أن تبيع لمن تشاء.

أما الوقت الإجمالي الذي استغرقه باري لإنجاز هذه المهمة كان يوماً ونصف اليوم، معظمه بانتظار ردود الناس على مكالماته. لكن المعلومات كانت تساوي الملايين بالنسبة لزبونه. وعلى الرغم من أن دي جيورنو كانت أول شطائر بيتزا ذات عجينة منتفخة، أنتجت شوان بعد عام شطائرها الخاصة تحت اسم فريشيتا Freschetta. وغدت البيتزا ذات العجينة المنتفخة أسرع أنواع الأصناف الغذائية نمواً بزيادة مبيعات قدرها 50٪ خلال سنة واحدة. وسرعان ما انطلقت دي جيورنو لتصبح البيتزا الرائجة رقم واحد في البلاد وكانت فريشيتا، رقم ستة، أغلقت الفجوة بنسبة مبيعات قفزت إلى 66٪ في سنة 1998 بقيمة 108 ملايين دولار، أي أكثر من ضعف معدل مبيعات دي جيورنو. أية بيتزا هي الأفضل مذاقاً منهما؟ نقاد الأغذية مصنفون على أنهم من أنصار الاثنتين، لكن من الغريب تماماً أن شاحنات دي جيورنو هي التي تعرضت للخطف ثلاث مرات منفصلة من قبل اللصوص المغرمين بالبيتزا.

فبعد إحدى السرقات، عندما تم سرقة 348 شطيرة بيتزا، نُقل عن

مايك يانغ كبير مدراء الحسابات في شركة كرافت بيتزا قوله : «لقد كانت واحدة من الولايم الكبيرة على ما أعتقد». أما شرطة سانت لويس كاونتي فقد قالت إنها لا تعتقد أن السرقة كان لها أية علاقة بحادث الكميات الهائلة من البيرة المراقبة الذي وقع عندما انقلب صهريج آنهوسور - بوش .

يقول باري بأن لا علاقة له بذلك .