



# इटली वापसी

जिलेट नैरेटिव — नांदो, लेखक

[gillettenarrative.com](http://gillettenarrative.com)

बहुत-सी बातें, बहुत-से पल, कभी लिखे नहीं गए, क्योंकि वे सिर्फ़ एक ऐसे आदमी की याद में बसते हैं जो अब इस दुनिया में नहीं है: जॉर्जियो।

पर जब हम घर लौटे, तो हम दोनों चुप हो गए, और उस परीक्षण या वह कैसा रहा, इस पर हममें से किसी ने फ़ौरन कोई टिप्पणी नहीं की।

पूरे दो हफ़्ते बाद ही मुझे उस समय के लॉरियल के सेल्स डायरेक्टर का एक तार मिला, जिसमें बस इतनी-सी पंक्ति थी: श्री फ्रेगा, शुक्रिया।

मैंने सीखा कि कंपनियाँ आपको बाज़ारों का ज्ञान उत्पादों के ज़रिए देती हैं, उपभोक्ता की असली और गढ़ी हुई ज़रूरतों के ज़रिए — और वही व्यापारिक हेरफेर आज भी, चुपचाप, ख़रीदारी के फ़ैसलों को गढ़ता है।

मुझे अंग्रेज़ अभिनेता बेनी हिल का एक दृश्य याद करना अच्छा लगता है, जिसमें वह एक वेटर बना हुआ है जो एक ग्राहक को शराब परोस रहा है, और ग्राहक बार-बार शिकायत करता और उसे बदलवाने को कहता जाता है क्योंकि वह अच्छी नहीं थी।

बेनी ने पाँच बार लेबल बदल दिया, पर शराब हमेशा वही की वही रही — और आख़िर में ही जाकर ग्राहक ने कहा कि यह अच्छी है।

बिक्री में भी यही होता है — यह बस अंदाज़ की बात है, और इस बात की कि आप किस तरह का लेबल लगाते हैं। किसी को सचमुच अनोखा बनाने वाली चीज़ कई ब्रांडों का अनुभव नहीं होती, बल्कि कई अलग-अलग कंपनियों का अनुभव होती है।

माँएँ अपने बेटों के साथ बस एक ही गलती करती हैं: वे हमें कभी नहीं सिखातीं कि खुद की हिफाज़त कैसे करें, क्योंकि वे यह काम सहज ही हमारे लिए कर देती हैं — पर वे जानती हैं कि वह अनुभव हमें अकेले ही कमाना होगा, और यही हममें से हर एक को अलग बनाएगा।

मैं घर पहुँचा तो जानता था कि अब मैं वही आदमी नहीं रहा, और मेरी पत्नी ने भी यह भाँप लिया, जब उसने मुझसे पूछा कि रीता कौन है — रात में नींद में मैंने उसका नाम ले लिया था। बस एक औरत जो किसी पादरी की तलाश में है, मैंने जवाब दिया।

फर्दिनांदो