

L'année des trois — 1993, suite II

Vient le moment d'examiner les dossiers, pour décider qui obtient une promotion parmi les nouveaux agents commerciaux. Tandis que tout le monde se précipite pour attraper des chemises, je n'en prends que quatre et je commence à lire.

Il n'y avait pas grand-chose dedans — plutôt un journal de bord désinvolte que de véritables références. Mais c'était l'Italie, et cela allait très bien.

Je me suis attardé sur quelques histoires qui valent d'être racontées.

La première était celle de M. Carta, qui revendiquait un mandat d'une entreprise fabriquant du papier toilette, et qui avait inventé une nouvelle façon de le vendre. Il entrait chez des clients déjà fidèles aux marques leaders, et quand venait son tour, il balançait sa réplique : vendre du papier toilette, c'est facile — il suffit de savoir où est le cul et où sont les toilettes.

Puis il disait : voici le cul, voilà les toilettes, vous prenez le papier ? Tout le monde riait.

J'ai été pris de court. J'ai dû le promouvoir, au milieu des rires de tous.

Venait ensuite M. Prinzi Giovanni, qui vendait — par camion — de l'eau de Javel maison, brassée dans une rivière près de Cosenza avec son beau-père, sans licence, sans la moindre réglementation. Il remplissait des cuves d'eau de rivière, ajoutait du solvant, et voilà le produit. Puis il entrait dans les épiceries en costume-cravate, pour la crédibilité, et annonçait :

Bonjour, madame, je suis PRINZVANNI de PRINZVANNI & COMPANY, une multinationale qui vend de l'HYPOCHLORITE DE SODIUM dans le monde entier à un excellent prix — puis-je vous laisser un échantillon ?

L'épicière effrayée demandait : pardon, c'est quel produit ?

Et il répondait : DE L'EAU DE JAVEL.

Lui aussi a été promu.

Trente-trois ans ont passé, et je me demande encore à quel point ces deux vendeurs étaient réellement bons — surtout le second, qui a réussi je ne sais comment à conquérir aussi ma mère, Madame Gillette.

Ferdinando

Ferdinando Frega — gillettenarrative.com