

HET ONMOGELIJKE PRESENTEERDE DE REKENING

FERDINANDO FREGA · GILLETTENARRATIVE · GILLETTEVATICANO

Ik herinner me hoe mijn vader ons als kind op zondag mee uit eten nam. Altijd naar hetzelfde restaurant: Sala Bella. De eigenares was een forse vrouw, altijd glimlachend, altijd gastvrij. Het eten was goed. Heerlijk. Uniek.

Vaak schoof zijn chef bij ons aan. Een Friulaan van geboorte, bijna twee meter, ruim honderdtwintig kilo, gezegend met een gezonde eetlust. Hij reed met zijn gezin vanuit Messina naar beneden.

Aan het eind van de maaltijd kwam de rekening. Mijn vader stond nooit op van zijn stoel om te betalen. Hij liet het geld eenvoudigweg opgevouwen in het servet achter, op het lege bord.

Ik heb ze nooit de rekening zien delen. Nooit een andere afspraak gezien. Nooit een discussie gehoord.

Hij was de chef. Mijn vader was de verkoper.

En de verkoper betaalt.

Toen zei hij op een avond, terwijl we de auto in de garage zetten:

„Je ziet mij altijd betalen. Je ziet mij altijd als eerste naar het geld grijpen. Dus denk je dat ík de rekening betaal. Dat is niet zo."

Ik begreep het niet.

Het kostte me een maand.

Op een zondag, aan dezelfde tafel, haalde de chef een notitieboekje uit zijn binnenzak en begon te schrijven terwijl mijn vader praatte.

Wie een nieuwe winkel had geopend. Wie er een had gesloten. Wie achterliep met facturen. Wiens zoon het familiebedrijf had overgenomen. Wie nog steeds de producten van de concurrent in de etalage had staan.

Niemand lette op mij, want ik was een kind, en kinderen tellen aan tafel niet mee.

Maandagochtend reisden die aantekeningen naar Milaan, onder de handtekening van de chef.

Mijn vader betaalde het diner. De chef betaalde al het overige.

Twintig jaar zonder één enkele waarschuwing. Zonder één enkele disciplinaire aantekening. En vooral: zonder één geweigerde loonsverhoging.

Mijn vader mocht gelden als een van de drie best betaalde mannen bij Gillette Italië, direct na de directeur en de verkoopdirecteur. Niet omdat hij meer verkocht dan alle anderen. Omdat niemand anders de toegevoegde waarde bezat van de verhalen die zich elke dag voor de klanten afspeelden.

De rekening wordt altijd betaald door iemand die niet aan tafel zit.

Onthoud die zin. U zult hem aan het eind nodig hebben.

Waarom deze lange inleiding?

Om uit te leggen wat er vandaag gebeurd is. En wat ik verteld heb, in de hoop dat het op een dag werkelijk gebeurt. Of dat in de nabije toekomst is of veel later, weet ik niet.

Het was een zondagmiddag half augustus. Verzengende hitte. Droge lucht. Dat soort temperatuur dat juist heter aanvoelt omdat er zo weinig vocht in de lucht hangt.

De airco draaide op volle toeren en mijn vrouw herinnerde me er zoals altijd aan hem uit te zetten, want de energierekening is al duur genoeg zonder er nog zout in te strooien.

Het was rond half zeven 's avonds. Ik lag uitgestrekt in mijn rode fauteuil toen mijn mobiel ging.

Het netnummer was +1. Verenigde Staten. Wie ter wereld belde mij op dit uur uit Amerika, terwijl het daar nog lunchtijd moest zijn?

Ik nam op.

„Hallo?”

„Hallo?”

Een kalme stem. Diep. Licht keelachtig.

„Ik zou graag Ferdinando spreken.”

„Daar spreekt u mee. Met wie spreek ik?”

„Dit is Robert. Goedenavond. De Amerikaan met de Franse achternaam.”

Ik lachte.

„Dank u voor het telefoontje, maar eerlijk gezegd verdient degene die deze grap heeft opgezet een compliment. Ik trapte er volledig in. Al bel je me, nu ik erover nadenk, vanaf een Amerikaans nummer terwijl je in Rome zit?”

„Ja. Dit is mijn persoonlijke mobiele telefoon. Ik heb geen officieel kanaal gebruikt, want dit is geen institutionele communicatie. Het is een van de weinige privileges die mij nog

gegund zijn. Als u twijfelt, geef ik u de centrale van het Vaticaan en kunt u het nagaan."

„Nee. Het is goed zo. Gaat u verder."

Ik was sceptisch. Wantrouwig. Voorzichtig. Maar ik wilde niet ophangen. Onbeleefdheid heeft nooit in mijn aard gelegen. In plaats daarvan zette ik mijn interne dreigingsdetectie op maximaal en probeerde te begrijpen waar ik precies beland was.

„Zegt u het maar, Uwe Heiligheid. Wat kan ik vandaag voor u doen?"

„We kunnen elkaar bij de voornaam noemen, Nando. We schelen niet zoveel in leeftijd."

„Dat klopt. We schelen alleen in rol. U bent Nummer Twee van de Katholieke Kerk. Ik ben de laatste der schrijvers."

„Waarom Nummer Twee? Ik had de indruk dat ik Nummer Eén was."

„Vergeef me als dat ongemakkelijk klinkt. Nummer Eén is de man die alles heeft gebouwd: Jezus. Mijn voormalige collega van Gillette. De enige die precies wist wat hij deed. Omdat hij zijn directeuren niet publiekelijk kon benoemen, bedacht hij de titel van Paus en gaf u de vrijheid die zelf in te vullen."

Hij barstte in lachen uit.

„Nu begrijp ik", zei hij, „waarom elke gang in mijn huis dezelfde vraag weerkaatst: heb je vandaag al op GilletteNarrative gekeken, om te zien wat de collega nu weer geschreven heeft?"

Ik had geen moeite hem bij te houden. Een goede verkoper herkent een spel zodra het begint. Maar hij was intelligent genoeg om het ook te herkennen, en paste zich meteen aan.

„Weet u dat ik bel vanaf het nummer dat aan mijn Amerikaanse bankrekening hangt? Enige tijd geleden belde ik die bank rechtstreeks en werd ik weggedrukt, omdat ze dachten dat het een grap was."

„Ja, Uwe Heiligheid."

„Nee, Nando. Alstublieft. Noem me Robert. Tenminste onder vier ogen. Zonder protocol. Dat maakt het leven eenvoudiger."

„Welnu, Robert, u hebt de verkeerde bank gekozen. In uw positie zouden zíj naar u toe moeten komen. Sterker nog, een filiaal openen binnen Vaticaanstad zou vrijwel verplicht moeten heten. Alleen het prestige al zou het rechtvaardigen. Een kans waarover geen serieuze bankier ook maar zou durven discussiëren."

„U hebt gelijk. Maar economie is mijn vak niet. En dit telefoongesprek is verkennend. Net als de brief die u mij stuurde. Uiteindelijk doen wij hetzelfde werk."

„En dat is?”

„Wij proberen allebei onze medemensen te begrijpen.”

„Weet u, Nando, ik heb alle verhalen gelezen die u over uw GilletteVaticaan hebt geschreven. Mijn eerste vraag is deze.”

1. Waarom tweeëntwintig talen? Tweeëntwintig werelden? Zelfs op plekken waar de Kerk vrijwel marginaal is. Neem India.

„Omdat er een marktregel bestaat die u nooit werkelijk hebt toegepast.

Consumenten zijn geen klanten. Een klant is iemand die al bij u koopt. Een consument is iemand die dat nog zou kunnen.

U telt klanten. De gedoopten. De praktiserende gelovigen. De geregistreerde belijders. En u vergeet alle anderen.

Markten win je niet waar je al sterk bent. Markten win je waar je afwezig bent en niemand verwacht dat je komt.

Tweeëntwintig talen zijn geen tweeëntwintig vertalingen. Het zijn tweeëntwintig open deuren.”

„Wacht even. Zegt u nu dat geloof een product is, en dat mensen van religie wisselen zoals ze van tandpastamerk wisselen?”

„Ik zeg dat mensen bewegen. En als die uitspraak u kwetst, kijk dan naar wat er de afgelopen dertig jaar met uw bisdommen in heel Latijns-Amerika is gebeurd, en zeg me wie ze in beweging heeft gebracht.”

Stilte. Toen:

„Gaat u verder.”

„Bovendien wil ik geen economische literatuur schrijven. Ik ben maar een verkoper die op school een vier voor Italiaans had.”

2. Waarom schreef u dat het logisch en passend zou zijn Gillette terug te brengen binnen de Kerk?

„Om drie redenen, in deze volgorde. Identiteit. Geloof. Relatie.

Eerst de identiteit. Denkt u echt dat het toeval is dat u een Amerikaan met een Franse achternaam bent? U draagt twee werelden in één naam, zonder helemaal bij een van beide te horen. Gillette deed een eeuw lang precies hetzelfde. Eén voorwerp. Eén mesje. Honderd verschillende gezichten, afhankelijk van het land waar het landde. Identiteit is niet wat je bent. Identiteit is wat anderen binnen drie seconden in je herkennen. U hebt dat. En u verspilt het.

Op de tweede plaats komt geloof. Niemand koopt een scheermes vanwege het handvat. Men koopt het omdat men gelooft dat het morgenochtend minder pijn zal doen dan gisteren. Het is een daad van vertrouwen die elke dag wordt herhaald, voordat er iets anders gebeurt. Alleen. Voor een spiegel. Noem me een ander product ter wereld dat dat voor elkaar krijgt.

Dan komt de relatie. Het enige wat niemand kan kopen. Mijn vader bouwde relaties op, dertig jaar lang, over toonbanken en kopjes koffie. Wij verkopen geen boeken. Wij bouwen relaties. Het staat onder alles wat ik publiceer. Het is geen slogan. Het is een balans.

En de echte parallel is niet het marktaandeel. U hebt geen marktaandeel nodig. De echte parallel is de frequentie.

Gillette werd Gillette omdat het één eenvoudig feit begreep: een mesje slijt. Verbruik dwingt tot terugkeer.

U hebt een product dat elke dag slijt. Het heet geweten. En toch behandelt u het alsof mensen het maar één keer per jaar hoeven te vervangen, met Kerstmis en met Pasen."

„En er is één beeld waarover ik u al lang wilde vertellen."

„Vertel."

„Een man opent een nieuw pakje scheermesjes. Erin vindt hij een klein blaadje. Geen bidprentje. Het gezicht van Jezus. Zoals hij er werkelijk uitzag, vóór al het andere. Gladgeschoren."

Robert lachte niet. Ik hoorde hem ademen. Toen zei hij:

„Nando, u weet dat wij dat gezicht niet hebben. Niemand heeft het ooit gezien."

„Precies. Het is het enige gezicht ter wereld dat tweeduizend jaar schilderkunst niet heeft weten te verslijten. En u zou het in de handen leggen van een gewone man, om half zeven 's ochtends. Alleen. Staand voor de spiegel. Zonder te bidden. Want dat is het enige moment van de dag waarop niemand een rol speelt."

Een lange stilte. Toen:

„Gaat u verder."

3. Wat betekent dit alles in de praktijk?

„Het betekent dat ik mij het recht voorbehoud een serieuze due diligence uit te voeren voordat ik u ook maar één getal geef. Ik beloof geen rendementen die ik niet geverifieerd heb. Dat doen consultants. En consultants sturen de factuur toch wel.

Wat ik u nu al kan zeggen is dit. Uw marketing — want ja, u doet aan marketing, en u doet het slecht — is twintig jaar geleden achterhaald geraakt. Niemand verzamelt nog

volgers via campagnes. In geen enkele branche.

Eén ding werkt. Het gebaar worden dat iemand maakt vóórdat hij besluit het te maken.

Dus rest er nog maar één vraag. En die is voor u."

„Ga uw gang."

„Wilt u herinnerd worden als de Paus van de geschiedenis? Of als de Paus die geschiedenis heeft geschreven?"

„Dat klinkt bijna hetzelfde."

„Dat scheelt werelden. En het antwoord hangt volledig van u af."

„Welnu", zei hij, „dank voor uw tijd, voor uw beschikbaarheid en bovenal voor uw belangstelling.

Ik moet u iets zeggen. Ik sprak niet enkel tot u als tot een verteller. Of een socioloog. Of een schrijver. Of een econoom. Ik sprak tot u als tot een systeemstrateeg.

Ik behoud mij het recht voor een besluit te nemen en u formeel te laten weten wat ik denk."

Toen zweeg hij even.

„Er is één vraag die ik u zou willen stellen, Nando. Dit alles. De tweeëntwintig talen. De due diligence. Het blaadje in het pakje scheermesjes. Wie betaalt dat?"

En opeens stond ik weer in een garage in 1975, naast een man die zojuist een diner had betaald dat hij in werkelijkheid niet betaalde.

„Robert. De mensen betalen altijd. Altijd dezelfde mensen. U noemt het een offergave. Wij noemden het verkoopprijs. Maar het is dezelfde hand die opengaat.

Het verschil is nooit wie er betaalt. Het verschil is hoeveel van dat geld terugkomt in de vorm van iets nuttigs, en hoeveel er blijft hangen om mensen te voeden die te veel betaald krijgen om te weinig voort te brengen.

Mijn vader betaalde het diner en betaalde niets. Want wat hij weggaf was meer waard dan wat hij uitgaf.

Nu is het aan u om te beslissen aan welke kant van de tafel u zit."

„Is er iets dat u mij zou willen vragen?", zei hij.

„Ja. Zorg goed voor uzelf. Let op waar u bent. Het is de mooiste plek ter wereld. Niet de veiligste. De gevaren komen van binnenuit. En ze zijn juist onzichtbaar wanneer je probeert te ontmantelen wat je nog niet begrijpt.

En nog iets, Uwe Heiligheid. Dank u."

Wij verkopen geen boeken. Wij bouwen relaties.

Ferdinando