



लॉरियल का दौरा: एक फ़्लैगशिप परफ़्यूमरी में

उसने मुझे पहले से तैयार कर दिया, यह कहकर कि हम इतालवी परफ़्यूमरियों के मंदिर में क़दम रखने वाले हैं। मालिक की कई दुकानें पूरे देश में बिखरी थीं — उसका नाम था लिमोनी, पर उसमें नींबू जैसा कुछ भी नहीं था; वह ऐसा आदमी था जो ठीक-ठीक जानता था कि चाल कैसे चलनी है, और उसने अपने लिए एक साम्राज्य खड़ा कर लिया था।

मैं पहले से जानता था कि वह कौन है, क्योंकि माँ जिलेट ने उसे उन की-अकाउंट ग्राहकों की सूची में रखा था जिनसे हमें खुद मिलने की इजाज़त नहीं थी — और अब मैं यहाँ था, किसी और का सूट पहने भीतर जाता हुआ, यह जानने को कि “की-अकाउंट” का असल मतलब क्या होता है, और उसके जैसे लोगों से निपटने के लिए किस क्रिस्म का विज्ञान चाहिए।

हम भीतर पहुँचे ही थे कि मैनेजर ने हमारा स्वागत किया: डॉ. प्रिओलो, आज आप यहाँ हैं, यह हमारी खुशक्रिस्मती है, श्री लिमोनी अभी-अभी बोलोन्या के दफ़्तर से आए हैं और आपसे दुआ-सलाम करना चाहेंगे।

वह अपने दफ़्तर से निकला और सीधे जॉर्जियो के पास जाकर गर्मजोशी से उसके गले लग गया। दोनों बेतकल्लुफ़ थे, एक-दूसरे को नाम लेकर बुलाते थे।

उससे उसकी मुलाक़ात उन यात्राओं में से एक पर हुई थी जो कंपनी, किसी रस्म की तरह, साल में चार बार अपने सबसे अच्छे ग्राहकों को बाँटती थी — और हर बार, बारी-बारी से, कोई एक सेल्स मैनेजर साथ जाता था।

इससे ग्राहक के साथ तिहरा रिश्ता बनता था — वह महज़ रस निचोड़ लेने वाला नींबू नहीं था, बल्कि एक दुकान थी जहाँ आपको हाज़िर होना पड़ता था, और ग्राहक से एक निजी रिश्ता था, जो कारोबारी रिश्ते को मज़बूत रखता और वफ़ादारी को हमेशा बढ़ाता था।

फिर हम कोरोल काउंटर की ओर बढ़े — लगा जैसे उस कमरे के भीतर खड़े हों जो हर औरत अपने लिए चाहती।

ठीक तभी एक सलीकेदार महिला भीतर आई और बोली: पात्रिज़िया, मुझे वे ब्लेड दे दो जो मेरे पति इस्तेमाल करते हैं — मैं न ख़रीदूँ तो वे कभी नहीं ख़रीदेंगे, बस मेरे बिकलेडी रेज़र चलाते रहेंगे और अपने मैक3 के रिफ़िल ख़रीदना उन्हें कभी याद नहीं आएगा।

मैंने जगह बदल ली थी, पर उपभोक्ता की हक़ीक़त जस की तस थी: औरतें अपने पतियों के लिए ब्लेड ख़रीदती हैं, और असल में यही इस श्रेणी को ज़िंदा रखता है — वरना प्रतिस्पर्धियों की भी बिक्री न होती।

जब ऑर्डर का वक़्त आया, तो उसे हर कलर कोड ज़बानी याद था, नंबरों समेत — देखने लायक़ था — और आख़िर में उसने कुछ नए रंग जोड़ने की बात कही, और ज़रा भी ना-नुकुर नहीं हुई, बस ध्यान देने के लिए एक धन्यवाद।

हम दुकान से बाहर निकले और मुझ पर नशा-सा चढ़ा था — मैंने वे चीज़ें देखी थीं जिनके होने की बात मुझे कभी किसी ने बताई ही नहीं थी। जिलेट में हम समझते थे कि हम सबसे बड़े हैं, सबसे ताक़तवर, और हमारा स्लोगन-अभियान कहता था “THE BEST A MAN CAN GET,” और आज तक कोई एक बात नहीं समझा: जिलेट मैन के लिए बस औरतों में सबसे बेहतरीन।

फर्दिनांदो