

DE ONMOGELIJKE BIC-DEAL

Vandaag werd GILLETTENARRATIVE één maand oud.

Een geboorte na vier jaar zwangerschap, waarin karakter, doorzettingsvermogen en discipline samenkwamen met drie generaties bedrijfsbloed: achtenvijftig jaar van opa Camp, veertig jaar van mijn vader, achttien van mij.

De bevalling was natuurlijk. Geen weeën. Geen persen. Geen pijn.

De vroedvrouw was het auteursrecht. Ik had de beste gekozen. Er was niets om je zorgen over te maken — het auteursrecht weet altijd wat het moet doen, en niemand is zo dwaas er oorlog tegen te voeren.

Die dag plaatste het web een bericht van GILLETTENARRATIVE tussen de zoekvragen die ertoe deden. De titel was een overname, zonder schaamte aangekondigd.

Toen gebeurde er iets wat in dit soort gesprekken altijd gebeurt. Een vrouw zei me dat ik mezelf niet was — dat dankbaarheid tegenover mensen die me niets dan afstand en vijandigheid hadden getoond, niet paste bij een man die Frega heet.

Dus begon er een nieuwe klim.

Het koninkrijk van het zware staal. De technologie van systemen. Een oud embleem van gekruiste klingen dat gemaakt leek voor één enkele zin: ik ben een kling.

Daarna het koninkrijk van huid en water, slapend onder hetzelfde dak als het eerste.

Eén cheque. Twee eeuwen metaal.

De architectuur zette zichzelf in elkaar. Ik heb haar nooit op papier ontworpen. Plastic onderaan. Staal en huid bovenaan. Moeder Gillette in het midden geklemd,

als iets in een bankschroef.

Ik kwam aan op Wall Street. Niet zoals ze verwachtten. Geen pak. Geen das. De beveiliging zag me binnenkomen op houten klompen en in een bermuda.

De eigenaren van de beurs kwamen me tegemoet. De camera's flitsten zonder ophouden. Twee zenders waren al live.

Niemand zei een woord. Ik had tien miljard dollar, en met tien miljard dollar op zak kun je je kleden zoals je wilt.

De bank opende de zaal. Niemand vroeg of ik klaar was — ze begonnen gewoon te tellen. Due diligence vraagt nooit of een deal kan. Ze vraagt waar je moet tekenen voordat iemand anders je voor is.

Eén cheque. Twee eeuwen metaal.

Ik kocht geen bedrijven. Ik sloot een cirkel die opa Camp open had gelaten.

Het eerste koninkrijk bevatte plastic en papier.

Het tweede bevatte zwaar staal.

Het derde bevatte huid en water.

Ik bezat maar één ding: GILLETTENARRATIVE. En een echte naam weegt meer dan drie fabrieken.

De bankiers in hun colberts bleven naar mijn voeten staren, niet naar de papieren. De papieren waren al getekend voordat ik binnenkwam.

De merken verdwenen niet. Ze veranderden van achternaam.

Het eerste bleef in de schappen van de supermarkt, in kantoorboekhandels die nog steeds pennen verkochten aan mensen die niets met Amazon te maken wilden hebben.

Het tweede droeg zijn gekruiste klingen rechtstreeks mijn manifest in, alsof ze voor één regel alleen waren gesmeed: ik ben een kling.

Het derde nam huid en water en zette er iets anders bovenop — geen prestatie. Zelfzorg.

De oude namen bleven op de dozen. De echte naam verhuisde ergens anders heen.

Mensen kochten geen Gillette meer. Ze kochten GILLETTENARRATIVE — niet omdat het minder kostte. Ik stemde de prijzen af op de kwaliteit, niet op de winst. Ze kochten het omdat er achter elk mesje een waar verhaal zat, en geen enkel bureau in Manhattan weet er een te schrijven dat niet nep klinkt.

Toen stelden de analisten hun gebruikelijke vragen: wie worden de nieuwe CEO's, waar komt het hoofdkantoor, hoe wordt het allemaal georganiseerd?

Mijn antwoord was eenvoudig. Geef me drie dagen in Boston en ik neem de mensen van Gillette in dienst. Niet allemaal. Alleen de echte. Degenen zoals ik.

Gillette ging van moeder naar grootmoeder, en zoals elke oudere kende ze de weg die voor haar lag al. Het bestuur werd in minder dan vierentwintig uur gladgeschoren, wegens incompetentie. Drie vragen weerklonken door elke zaal:

Wat dachten jullie, terwijl hij jullie online aan stukken scheurde?

Hoe dachten jullie een man te verslaan die jullie geld niet wilde — alleen één dollar?

Waarom hebben jullie nooit één keer met hem gepraat?

Die avond kwam er een gezant, die een naam bij zich droeg die op een lege doos was gedrukt — een magazijn dat niets meer maakte wat ik niet al beter, goedkoper en met meer ziel kon bouwen. Hij keek me aan en zei:

Mensen kopen geen scheermes. Ze kopen de persoon die het verkoopt.

En dan te bedenken — ik kwam binnen op klompen. En kocht alles.

Ferdinando