

L’Oréal سے اٹلی واپسی

بہت سی باتیں، بہت سے لمحے، کبھی لکھے نہیں گئے، کیونکہ وہ صرف ایک ایسے آدمی کی یاد میں زندہ ہیں جو اب یہاں نہیں: جارجیو۔

مگر جب ہم گھر لوٹے تو ہم دونوں چپ ہو گئے، اور دونوں میں سے کسی نے فوراً اس آزمائش پر یا اس کے نتیجے پر کوئی تبصرہ نہ کیا۔

دو ہفتے بعد جا کر مجھے L’ORÉAL کے اُس وقت کے سیلز ڈائریکٹر کا تار ملا، جس میں بس یہ ایک سطر تھی: مسٹر فریگا شکریہ۔

میں نے سیکھا کہ کمپنیاں تمہیں منڈیوں کا علم مصنوعات کے ذریعے دیتی ہیں، صارف کی اصلی اور گھڑی ہوئی ضرورتوں کے ذریعے — اور وہی تجارتی جوڑ توڑ آج بھی، چپکے چپکے، خریداری کے فیصلوں کو ڈھالتا ہے۔

مجھے انگریز اداکار بینی ہل کا ایک منظر یاد کرنا اچھا لگتا ہے، جس میں وہ ویٹر بنا ایک گاہک کو شراب پیش کر رہا ہے، اور گاہک برابر شکایت کرتا جاتا ہے اور اسے بدلوانے کو کہتا ہے کہ یہ اچھی نہیں۔

بینی نے پانچ بار لیبل بدلا، اور شراب ہر بار وہی تھی — آخر میں جا کر گاہک نے کہا کہ ہاں، یہ اچھی ہے۔

فروخت کا معاملہ بھی یہی ہے — بات صرف انداز کی ہے، اور اس کی کہ تم کس قسم کا لیبل لگاتے ہو۔ جو چیز کسی کو واقعی یکتا بناتی ہے وہ بہت سے برانڈوں کا تجربہ نہیں، بلکہ بہت سی مختلف کمپنیوں کا تجربہ ہے۔

مائیں اپنے بیٹوں کے ساتھ صرف ایک غلطی کرتی ہیں: وہ ہمیں کبھی نہیں سکھاتیں کہ اپنی حفاظت کیسے کرنی ہے، کیونکہ وہ یہ کام فطری طور پر ہمارے لیے خود کر دیتی ہیں — مگر وہ جانتی ہیں کہ یہ تجربہ ہمیں اکیلے ہی کمانا ہوگا، اور یہی چیز ہم میں سے ہر ایک کو مختلف بنائے گی۔

میں گھر پہنچا تو جانتا تھا کہ میں اب وہی آدمی نہیں رہا، اور میری بیوی نے بھی یہ دیکھ لیا، جب اس نے مجھ سے پوچھا کہ ریٹا کون ہے — رات کو نیند میں میں نے اس کا نام لیا تھا۔ بس ایک عورت جسے کسی پادری کی تلاش تھی، میں نے جواب دیا۔

فرڈیننڈو

L’Oréal، Gillette کی نظر سے PDF ←

دوسری داستانیں دیکھو

The Corpus · نقشے · کتب خانہ · Wood · Opera · Genesis · One Door · Vatican · رابطہ