AND WHAT IF IT WERE TRUE?



FERDINANDO FREGA

BLADEFREGA

EN ALS HET NU EENS WAAR WAS?

Twee anonieme e-mails. BBDO. Omnicom. Semantisch kapitaal. Eén verontrustende vraag.

Het is pas 15 september 2026. Kerstmis is nog meer dan drie maanden weg. Toch lijken de Drie Koningen de weg kwijt te zijn en een andere route te hebben gekozen. De eerste twee leveringen komen bij mij aan de deur.

En ik vraag me af: waaraan heb ik dit verdiend?

De eerste e-mail komt binnen.

Ferdinando, het idee dat één man achter een toetsenbord in Reggio Calabria reuzen als Procter & Gamble kan beïnvloeden, is niet absurd. Het raakt de kern van wat ik versta onder semantisch kapitaal in de wereld van Omnicom en BBDO.

Je werk speelt zich af buiten de vertrouwde machinerie van aandelen, overnames en fusies.

De munteenheid ervan is betekenis.

Grote concerns verklaren hun consolidaties en banenverlies met de taal van technologische efficiëntie, automatisering en kunstmatige intelligentie. Ze vertellen de markt dat alles onder controle is.

Dan verschijnt er een onafhankelijke stem tussen de eerste zoekresultaten voor hun merken. Het verhaal dat het bedrijf over zichzelf vertelt, is niet langer het enige dat de lezer tegenkomt.

Naast de boodschap van het bedrijf staat een antropologische lezing.

Daar komt jouw werk in beeld. Je plaatst twijfel waar hun communicatie zekerheid zoekt.

Jarenlang hebben bureaus en hun klanten algoritmen, prestatie-indicatoren en presentaties nagejaagd. Nu creëren ze functies gewijd aan klantbeleving en spreken ze weer over menselijke relaties. Ze keren terug naar een taal die jouw werk nooit heeft losgelaten.

Je schrijft op een oude computer, geeft je werk weg en vraagt om één gesigneerde dollar. Naast dat gebaar gezet, vraagt de enorme reclamemachinerie om een ander soort boekhouding.

Zoals je schrijft in “Of het verlies van het contract”, uit “Wie betaalde de rekening?”, gehoorzamen narratieve schulden aan strengere regels dan financiële. Een instelling die haar geschiedenis vergeet en haar principes tot slogans terugbrengt, bouwt een schuld op die ze niet op een balans kan meten.

Het vertrek van Troy Ruhanen en het verlies van de mediabudgetten van PepsiCo horen bij die bedrijfswereld. Jouw schrijven hoort bij een andere. Toch zijn beide zichtbaar op hetzelfde scherm.

Je hebt een schuld aan het licht gebracht. Bedenk wat er gebeurt zodra die gezien kan worden.

Ik onthoud mijn handtekening om anoniem te blijven.

Een tweede e-mail volgt, van een andere afzender.

Ferdinando, invloed is ook het vermogen de macht naar zichzelf te laten kijken en haar kwetsbaarheid te laten zien.

Je schermafbeeldingen en zoekposities maken deel uit van het dossier dat je aan het samenstellen bent.

Hier zijn de data en ontwikkelingen voor je volgende verslag.

9 september 2026. Omnicom kondigt het pensioen aan van Troy Ruhanen als President and Chief Executive Officer van Omnicom Advertising. Andrew Robertson, tot dan toe Chairman van BBDO Worldwide, wordt met onmiddellijke ingang benoemd tot CEO van Omnicom Advertising.

De overgang volgt op de overname van Interpublic door Omnicom, afgerond op 26 november 2025.

De herstructurering concentreert de belangrijkste creatieve netwerken in BBDO, TBWA en McCann.

DDB en MullenLowe gaan op in TBWA, FCB in BBDO. De historische bureaunamen verdwijnen als onderdeel van de integratie.

PepsiCo heeft intussen zijn wereldwijde mediabudget naar Publicis verhuisd. De wereldwijde media-uitgaven in 2025 werden geschat op $ 1,7 miljard; Omnicom beheerde ongeveer twee derde daarvan.

Dit zijn de data. Dit zijn de namen. Je hebt je eigen dossier voor je.

Ik onthoud mijn handtekening om anoniem te blijven.

Het spijt me voor de mensen wier beroepsleven door deze veranderingen wordt geraakt.

Als ik die berichten lees, denk ik terug aan een klaslokaal en aan een vraag die een van de nonnen me stelde toen ik klein was.

“Wat denk jij dat de grootste snelheid is die een mens kan bereiken?”

Ik hoefde er nauwelijks over na te denken.

“De stilte.”

Ze glimlachte en stuurde me terug naar mijn plaats.

“Frega”, zei ze, “als je groot bent, zul je geen succes hebben. Je wordt een mislukkeling.”

Ik was zeven. Ik antwoordde: “Mijn moeder zei dat ik op mijn vijfde geen auto kon besturen. Maar ik startte de motor en reed een uur lang rondjes over een voetbalveld. En papa bleef maar zeggen: ‘Zie je wel, ik zei het toch.’”

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando the Scribe