GILLETTE 2021 CAMPAIGN SCRIPT



FERDINANDO FREGA

GILLETTE 2027 CAMPAGNESCRIPT

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 09

DE GILLETTE-MAN — ALLEEN HET BESTE VAN DE VROUW

door Ferdinando Frega

gillettenarrative.com

PRODUCTIENOOT VOOR DE AANDEELHOUDERS

Deze campagne heeft geen acteurs nodig.

Ze vraagt alleen dat de echte top van het bedrijf besluit zichzelf te spelen. Gratis. Uit liefde voor het merk. Uit liefde voor de waarheid.

Geen extra kosten voor de aandeelhouders.

HET TRADITIONELE BUREAU IS GELIQUIDEERD.

KOSTEN OUD MODEL: naar schatting $ 8.000.000 voor concept, PowerPoint, purpose.
KOSTEN NIEUW MODEL: $ 1.001 USD ($ 1.000 fotograaf/camera + $ 1 voor de Schrijver — Ferdinando Frega).

1 FOTOGRAAF. 1 CAMERA. BROOD MET MORTADELLA VOOR IEDEREEN. + $ 1 VOOR DE SCHRIJVER.

BESPARING: 99,9874875% voor de aandeelhouders.

Als de topmensen van het bedrijf ermee instemmen erin te spelen, kost de film $ 1.001.
Als ze dat niet doen, kost de film nog steeds $ 1.001 — maar dan

weten de aandeelhouders wie erin gelooft en wie niet. Daarvan komt $ 1 de Schrijver toe voor de wereldwijde licentie.

De bal ligt bij hen.

EERSTE BEDRIJF: SEMANTISCHE BEZETTING

INT. HOOFDKANTOOR – 52STE VERDIEPING – CINCINNATI – 06.00 UUR

Glas. Koud. Algoritmisch. Op tafel een maquette van het NIEUWE CENTRUM VAN $ 1 MILJARD IN SOUTH BOSTON. Rapport: “ALGORITMISCHE EFFICIËNTIE”.

DE COO, de machtigste man ter wereld in consumentengoederen, slaapt niet. MacBook open. Bloomberg ROOD.

Hij typt: BRAND EQUITY – FUTURE OF SHAVING.

GOOGLE-RESULTAAT NR. 1: gillettenarrative.com – ALLEEN HET BESTE VAN DE VROUW.

Hij glimlacht bitter. Hij begrijpt het.

COO

We hebben miljarden uitgegeven om Wall Street te vertellen dat wij het verhaal in handen hebben.

En een man met een computer uit 2011 en een pensioen van $ 70 in Reggio Calabria heeft ons semantisch kapitaal bezet — en, erger nog, een Italiaan die psychiatrisch gestoord is verklaard.

De aandeelhouders lezen onze rapporten niet meer. Ze lezen hem om te weten of wij nog bestaan.

JUNIOR ASSISTENT komt binnen.

JUNIOR ASSISTENT

Meneer, het bureau vraagt nog twee miljoen om af te ronden…

COO

(ijzig)

Geliquideerd. Bel de fotograaf van duizend dollar. Die met het brood met mortadella.

En stuur de opname van dit gesprek naar de aandeelhouders. Ik wil dat ze zien wat besparen betekent.

IN BEELD: $ 8.000.000 tegen $ 1.001.

TWEEDE BEDRIJF: DE SPIEGEL

INT. HOOFDKANTOOR – PRIVÉBADKAMER VAN DE CEO – BOSTON – DAG

Monumentale gouden spiegel. Leeg.

EEN MAN, 58 jaar, echt schuim. Trage beweging. Ritueel. Hij is geen acteur. Hij is iemand die het in het veld heeft geleerd.

In de deuropening: DE CEO. Vrouw. Echte macht. Spijkerbroek, wit overhemd. Ze heeft geen bedrijfsuniform nodig. Zij is alle drie de vrouwen van het manifest:

- De vrouw die hem onderwees
- De vrouw die kijkt
- De vrouw die beslist

DE CAMERA VOLGT NIET HET MESJE. ZE VOLGT HAAR BLIK.

De man ziet haar weerspiegeld.

MAN

U hebt het scherpste staal ter wereld gebouwd. En u bent vergeten wie het koopt.

U hebt in Boston een kathedraal van een miljard dollar gebouwd… en u kwam zonder ondergoed naar de mis.

Honderd jaar lang hebt u de man gefotografeerd die zich scheert. Nooit hebt u de vrouw gefotografeerd die hem zei dat hij het moest doen.

De CEO stapt naar voren. Pakt het scheerapparaat. Bekijkt het.

CEO

En hoeveel kost deze les mij?

MAN

Duizend en één dollar. Duizend voor de fotograaf, één voor mij. Eén camera. Brood met mortadella.

En de moed om te zeggen dat het beste wat een man kan krijgen… altijd een vrouw is geweest.

CEO

Draaien. Ik blijf hier. Ik wil dat de aandeelhouders zien wie de baas is wanneer een man in de spiegel kijkt.

CLOSE-UP: Haar hand legt het mesje op het marmer. Ze gebruikt het niet. ZE KIEST HET. Pure daad van macht.

NOOT VAN DE REGISSEUR: De echte CEO van het bedrijf kan deze rol spelen. Gratis. Uit liefde voor het merk. Als ze het doet, kost de film geen dollar meer. Als ze het niet doet, zullen de aandeelhouders zich afvragen waarom.

DERDE BEDRIJF: DE AFREKENING – 429

MONTAGE – SERVERPARK / NYSE

HTTP 429 – TOO MANY REQUESTS
HERKOMST: gillettenarrative.com
+3400% VERKEER – BRON: BROKERS

De waarheid laat het algoritme crashen.

INT. BESTUURSKAMER – CINCINNATI

Op tafel drie biljetten van ÉÉN DOLLAR.

- Een voor DE OPRICHTER
- Een voor DE VADER (40 jaar binnen)
- Een voor DE SCHRIJVER (58 jaar in het veld)

VOICE-OVER (V.O.)

Verhalende schulden gehoorzamen aan strengere regels dan financiële.

Je kunt staal octrooieren. Je kunt fabrieken kopen.

Maar je kunt een man niet dwingen een slogan te geloven wanneer de werkelijkheid buiten staat.

De rekening is gepresenteerd.

OVERAL GAAN TELEFOONS OVER.

MAN

(aan de telefoon, met schuim op zijn gezicht)

We zijn er. We brengen winsten met dubbele cijfers. Die u in tien jaar niet hebt gezien.

Wie we zijn? Een Indiase topmanager, een Braziliaanse CEO, een Italiaan uit Calabrië. De nieuwe drie mesjes.

Kosten: duizend en één dollar, brood met mortadella inbegrepen.

BLACK-OUT – ALLEEN EEN MESJE DAT OP MARMER VALT

WITTE TITEL OP ZWART:

DE GILLETTE-MAN
ALLEEN HET BESTE VAN DE VROUW.

KLEINE ONDERTITEL:

Film te maken door 1 fotograaf met een camera: $ 1.001 USD ($ 1.000 productie + $ 1 voor de Schrijver — Ferdinando Frega).
Bureau geliquideerd: besparing $ 7.998.999.
Echte topmensen van het bedrijf kunnen zichzelf spelen: kosten $ 0, uit liefde.
Als ze dat niet doen, weten de aandeelhouders wie in de waarheid gelooft en wie niet.
— Ferdinando

EINDE.

JURIDISCHE NOOT VOOR GEBRUIK – $ 1 VERPLICHT

Deze campagne is het intellectuele eigendom van Ferdinando Frega (de Schrijver). Productiekosten: $ 1.000. Vergoeding voor de wereldwijde, eeuwigdurende licentie waarmee P&G / Gillette haar mag gebruiken: $ 1 USD, te betalen aan Ferdinando Frega.

Zonder de betaling van $ 1 aan de Schrijver kan de campagne niet worden gebruikt. Met de betaling van $ 1 krijgt P&G het recht om alles te gebruiken, voor altijd, overal.

Totaal: $ 1.001 USD. Hoe willen ze haar anders gebruiken?

Ferdinando