
L'OREAL
L'OREAL

GILLETTE, FREGA ET L’ORÉAL

Un soir, à l’hôtel, je rentrais tout juste de ma tournée de visites et de ventes, et mon père aussi — nous descendions au même hôtel pour passer un peu de temps ensemble, cela arrivait environ une semaine tous les quatre mois.

À notre table vint un collègue sympathique nommé Giorgio, cadre commercial chez L’Oréal, qui s’était chargé d’organiser la distribution en grandes surfaces — ils passaient des parfumeries aux supermarchés, tandis que leur marché historique restait là où ils étaient forts : les produits et les cosmétiques Corolle.

Il était sorti depuis peu de l’hôpital, après une maladie de Crohn. Il était jeune, quarante-cinq ans, mais on voyait bien qu’il n’avait pas toutes ses forces.

Il me demanda quelle était ma tournée du lendemain, et si je pouvais le présenter à mes clients, ce qui lui épargnerait les plans de ville et accélérerait son travail — on ferait un essai.

Mon père ne dit pas un mot et resta silencieux, ce qui voulait dire qu’il approuvait — sinon il aurait dit : « Nando, écoute, il faut qu’on parle », ce qui était sa façon de dire : mais qu’est-ce que tu fabriques, bon sang.

Giorgio et moi devînmes amis, et nous fîmes ensemble la tournée des clients pendant près de deux ans, mais jamais plus d’une semaine par mois.

Quand, en 88, Gillette décida de créer deux divisions de produits — Rasage et Soins personnels —, je pris davantage conscience que vendre des produits de toilette était un travail plus dur. Puis, en 89, je revins au Rasage, et il me fut d’une grande aide — j’appris beaucoup de L’Oréal, bien que nous n’ayons jamais vendu de produits concurrents.

En deux années à fréquenter Giorgio, il arriva bien des choses, mais je ne me souviens que de deux qui aient vraiment compté :

Un client grossiste, un jeune diplômé, nous reçut dans son bureau et dit : « Je vous ai convoqués tous les deux parce que j’ai besoin de vos produits. » Giorgio se leva et se dirigea vers la sortie pour vérifier l’enseigne dehors, et le jeune homme, surpris, demanda ce qui se passait. Giorgio revint en souriant : « J’ai eu l’impression qu’on s’était trompés d’adresse — qu’au lieu du bureau d’un client, on était entrés au commissariat. » Cela déclencha de longs rires, et, par la suite, tout le monde en entendit parler et souriait en nous voyant.

Puis, un jour, quelqu’un de Milan m’appela pour me demander poliment de ne plus faire la tournée avec mon collègue de L’Oréal, parce que la division Soins personnels de Gillette ne

vendait pas de shampooing, et que c'était la faute de Frega — qui vendait du L'Oréal. Ahahahahaha.

Un jour, nous allâmes, Giorgio et moi, voir un grossiste en alimentation. Quand je lui dis de m'appeler Frega et lui annonçai que je représentais Gillette, il m'accueillit à bras ouverts — il m'attendait. Quand vint le tour de Giorgio et qu'il dit être de chez L'Oréal, le grossiste le supplia de revenir une autre fois, car il venait de décharger deux camions d'huile. Giorgio répliqua du tac au tac : « De l'huile de graines, ou de l'huile d'olive ? » Le client dit : « Ne vous inquiétez pas, je prendrai les deux. Revenez et je vous passerai commande — je vais vous donner un coup de main. Frega, lui, n'en a pas besoin. »

Il est mort jeune, à cinquante-deux ans. Et pour le remercier, j'ai donné son nom à ma fille — Giorgia — afin que son souvenir reste avec moi pour toujours.

Ciao, Giorgio.

Ferdinando