FERDINANDO FREGA

THE MOST FAMOUS BRAND IN ASIA



And Other Short-Lived Miracles

FERDINANDO FREGA

LA MARQUE LA PLUS CÉLÈBRE D'ASIE

Et autres miracles de courte durée

The Art of Attraction · 04

L'acte de naissance d'un produit se trouve dans ce que représente sa marque. Puis le nom arrive pour compléter son identité.

Et quand vous allez l'acheter, s'il porte une marque, c'est qu'il est bon.

Mais qui a dit ça, bon sang ?

La télévision, les campagnes de marketing, le commerçant, les promotions et, pour finir, l'expérience personnelle aussi — qui reste pourtant toujours individuelle.

Il est vrai qu'une marque tire sa force du fait que des dizaines d'entreprises fabriquent des produits semblables, avec des noms, des emballages, des prix et des formats différents, mais avec un seul but commun :

vendre et faire du profit.

Sans citer de noms — parce que mes avocats m'ont déjà expliqué qu'il y a toujours quelqu'un qui attend mon premier faux pas, prêt à me voir vaincu, la tête d'un côté et le derrière dans l'océan Pacifique —, j'aimerais vous raconter un achat que j'ai fait hier avec ma femme.

Elle a 63 ans, j'en ai 61.

Nous étions dans une boutique tenue par des Chinois, vrais maîtres du désordre au sein de leur propre ordre. À tel point que, pour trouver quoi que ce soit, il faut presque toujours demander de l'aide à l'un de leurs vendeurs.

Ma femme voulait acheter de simples bas noirs.

Puis son choix se porta sur une paire de bas autofixants.

Avec ce demi-sourire qui n'a d'autre but que de rappeler à un mari de quoi on parle exactement.

La vendeuse nous assura que, malgré le prix soldé, il s'agissait d'un produit de la marque la plus célèbre et la plus vendue d'Asie.

Le soir même, ma femme les mit dans l'eau chaude pour les laver.

Et la taille adulte commença aussitôt à rétrécir.

Quand, tard dans la nuit, nous nous accordâmes enfin un petit moment d'intimité conjugale, nous éclatâmes de rire comme deux fous.

Les bas autofixants s'étaient transformés en deux minuscules socquettes taille enfant.

Ahahahahahah.

La magie de la marque.

Ferdinando