

LE RETOUR EN ITALIE AU SORTIR DE L’ORÉAL

Bien des choses, bien des moments n’ont jamais été mis par écrit, parce qu’ils ne vivent que dans la mémoire d’un homme qui n’est plus là : Giorgio.

Mais lorsque nous rentrâmes chez nous, nous gardâmes tous deux le silence, et ni l’un ni l’autre ne commenta sur le moment le test ni la façon dont il s’était déroulé.

Ce n’est que deux semaines plus tard que je reçus un télégramme de celui qui était alors le directeur commercial de L’ORÉAL, avec cette seule ligne : MONSIEUR FREGA MERCI.

J’appris que les entreprises vous donnent la connaissance des marchés à travers les produits, à travers les besoins réels et les besoins inventés du consommateur — et que cette même manipulation commerciale continue aujourd’hui encore, en silence, de façonner les décisions d’achat.

J’aime à me rappeler une séquence de Benny Hill, l’acteur anglais, dans le rôle d’un serveur qui apportait du vin à un client, lequel ne cessait de se plaindre et de demander qu’on le lui change parce qu’il n’était pas bon.

Benny changea cinq fois l’étiquette, et le vin était toujours le même — ce n’est qu’à la fin que le client déclara enfin qu’il était bon.

Il en va de même pour la vente — ce n’est qu’une question de manière, et du genre d’étiquette que l’on utilise. Ce qui rend vraiment quelqu’un unique, ce n’est pas l’expérience de nombreuses marques, mais l’expérience de nombreuses entreprises différentes.

Les mères ne commettent qu’une seule erreur avec leurs fils : elles ne nous apprennent jamais à nous protéger, parce qu’elles le font naturellement pour nous — mais elles savent que cette expérience, nous devrons l’acquérir seuls, et que c’est cela qui rendra chacun de nous différent.

Je rentrai à la maison en sachant que je n’étais plus le même homme, et ma femme le vit aussi, lorsqu’elle me demanda qui était Rita — j’avais prononcé son nom dans mon sommeil, pendant la nuit. Juste une femme qui cherchait un prêtre, répondis-je.

Ferdinando