

LES MANAGERS P&G NE SE DÉFIENT JAMAIS

Après cette épreuve à Catane, nous sommes devenus bons amis. Je lui ai même fait baptiser l'un de mes fils — Vincenzo, qui portait le prénom de mon père — et notre relation est restée bonne, saine, vraie.

Mais il est resté un homme P&G jusqu'au bout des ongles, et chaque fois qu'il rendait visite à un client, il roulait des mécaniques comme s'il commandait encore la première ligne. Une fois, on a failli le jeter hors des bureaux d'une plateforme de distribution, parce qu'il avait haussé le ton jusqu'à hurler, et il a fallu mon intervention pour ramener le calme.

Il ne ratait jamais une occasion de me critiquer, mais j'ai tout de suite compris pourquoi : il actionnait le levier émotionnel — la bonne sorte de provocation créative — pour voir comment je réagirais. Mais j'étais le fils de mon père, et sa présence ne me quittait jamais, elle veillait.

Il n'y a jamais eu de vraie rivalité entre nous — qui était le meilleur, qui était le plus capable — ne serait-ce que parce que nous travaillions tous les deux pour le même but final, et non pour deux entreprises différentes.

Un jour, il a eu une idée de génie : aller à la chartreuse de Serra San Bruno, dans la province de Vibo Valentia, et vendre des rasoirs aux moines à la longue barbe. C'était sa façon de montrer qui il était.

Je l'y ai conduit, mais je suis resté devant les grilles du monastère. Il est ressorti deux heures plus tard avec une commande de lames et de rasoirs d'une valeur de 300 euros. Raison sociale : Église catholique romaine. Pays étranger : Cité du Vatican. Adresse de livraison différente : Couvent des frères capucins.

Il était aux anges, profondément satisfait, et il a dû appeler Milan pour faire saisir la commande à la main, parce que notre système n'avait aucun moyen de traiter une commande destinée à un État étranger. Par-dessus le marché, il avait laissé toute l'entreprise bouche bée.

Mais il ne s’en est jamais vanté — ce n’était pas dans sa nature professionnelle. Il avait réussi l’impossible, et ça a fait du bruit : le siège de Milan l’a annoncé à toute la force de vente italienne. Je n’ai rien dit. J’ai pris acte du fait et je me suis tu.

Huit jours plus tard, la logistique a émis un avis de retour de marchandise : le couvent avait refusé la commande, et il était furieux.

Quand il y est retourné pour savoir pourquoi, on lui a dit que le secrétaire avait été, dans sa jeunesse, vendeur pour une entreprise italienne — toujours convaincu qu’il fallait “acheter à 100 et vendre à 300”. Lui avait dit avoir appliqué une marge de 3 %, et cela leur avait tout dit : il n’était pas l’homme de la situation. Ils se sont excusés.

Plus personne n’en a reparlé, aucun commentaire officiel. Ce qui a traîné dans les couloirs des bureaux, c’est une seule phrase : la blague de la marge de 3 %.

Ferdinando