

P&G-MANAGERS SPREKEN ELKAAR NOOIT TEGEN

THE P&G SAGA · 09

Na die test in Catania werden we goede vrienden. Hij werd zelfs peetvader van een van mijn zonen — Vincenzo, die de naam van mijn vader droeg — en onze relatie bleef goed, gezond, echt.

Maar hij bleef door en door een P&G-man, en telkens als hij een klant bezocht, gooide hij zijn gewicht in de schaal alsof hij nog steeds de frontlinie leidde. Eén keer werd hij bijna de kantoren van een distributiecentrum uit gezet, omdat hij zijn stem had verheven tot hij schreeuwde, en alleen dankzij mijn tussenkomst kwam alles weer onder controle.

Hij liet geen kans voorbijgaan om kritiek op me te leveren, maar ik begreep meteen waarom: hij trok aan de emotionele hendel — het juiste soort creatieve provocatie — om te zien hoe ik zou reageren. Maar ik was de zoon van mijn vader, en zijn aanwezigheid bleef altijd bij me en keek toe.

Er was tussen ons nooit echte rivaliteit — wie beter was, wie bekwamer — al was het maar omdat we allebei naar hetzelfde einddoel toewerkten, niet voor twee verschillende bedrijven.

Op een dag kreeg hij een briljant idee: naar het kartuizerklooster in Serra San Bruno gaan, in de provincie Vibo Valentia, en scheermesjes verkopen aan de monniken met hun lange baarden. Het was zijn manier om te laten zien wie hij was.

Ik reed hem erheen, maar bleef buiten de poorten van het klooster. Twee uur later kwam hij naar buiten met een bestelling voor

mesjes en scheerapparaten ter waarde van 300 euro. Bedrijfsnaam: Rooms-Katholieke Kerk. Buitenland: Vaticaanstad. Afwijkend afleveradres: klooster van de Kapucijnen.

Hij was opgetogen, diep tevreden, en moest Milaan bellen om de bestelling met de hand in te voeren, omdat ons systeem geen verkooporder voor een buitenlandse staat kon verwerken. Bovendien had hij het hele bedrijf versteld doen staan.

Maar hij schepte nooit op — dat zat niet in zijn professionele aard. Hij had het onmogelijke klaargespeeld, en dat maakte lawaai: het hoofdkantoor in Milaan maakte het bekend aan de hele Italiaanse verkoopafdeling. Ik zei niets. Ik nam er nota van en zweeg.

Acht dagen later stuurde de logistiek een bericht van retourzending: het klooster had de bestelling geweigerd, en hij was woedend.

Toen hij terugging om te vragen waarom, kreeg hij te horen dat de secretaris in zijn jeugd vertegenwoordiger was geweest voor een Italiaans bedrijf — altijd overtuigd van “inkopen voor 100 en verkopen voor 300”. Hij zei dat hij een opslag van 3% had toegepast, en daarmee wisten ze genoeg: hij was niet de juiste man voor de klus. Ze boden hun excuses aan.

Niemand sprak er nog over, geen officieel commentaar. Wat in de gangen van het kantoor bleef hangen, was één zin: de grap over de marge van 3%.

Ferdinando