

“El mercat del superluxe europeu és molt estable”

Torsten Müller-Ötvös

Director executiu de Rolls-Royce Motor Cars

—Sr. Müller-Ötvös, us va convertir en director executiu de Rolls-Royce Motor Cars el març passat, malauradament enmig d'una de les convulsions econòmiques més severes, sobretot per a la indústria de fabricació d'automòbils. Us peneix d'aquell moment o gaudiu del repte?

—En efecte, és una època molt difícil per a la indústria. Dit això, Rolls-Royce experimenta una evolució positiva gràcies a la nostra política de fomentar vendes a tot el món, amb un mercat europeu molt estable. A més a més, les nostres previsions apunten que duplicarem les vendes. De manera que no en tinc cap dubte: aquest càrrec és un repte del qual gaudisc molt!

—Què preocupa més Rolls-Royce: la depressió econòmica o els seus competidors?

—Els nostres principals competidors són, en molts casos, un nou helicòpter o un iot privat, no necessàriament unes altres marques d'automòbils.

—Quina part de la vostra experiència anterior, després de dos decennis a BMW Group, considereu que us és més útil per a aconseguir que Rolls-Royce resista la recessió global?

—Pense en els clients. Els nostres clients no són immunes a les conseqüències de la crisi, però crec que la pregunta que es fan és: “Vull invertir en un cotxe de luxe?”, en lloc de dir-se: “Em trobe finançament en condicions de comprar un cotxe de luxe?”

—La crisi sembla haver convertit els accionistes en elements actius de les empreses. Els directors i també els delegats i consellers han de notar aquesta pressió. Com és la vostra relació amb els directors de BMW?

—Rolls-Royce Motor Cars és totalment propietat del Grup BMW. La nostra empresa matriu ens dona la llibertat que necessitem per a desenvolupar la marca d'una manera sensible i raonada. Els nostres objectius van orientats més a llarg termini, perquè una perspectiva a curt termini sempre t'obliga a concentrar-te en la rendibilitat i no en la qualitat.

—Alan Mulally, de Ford Motor, ha dit en una entrevista recent per a *Time* que “lluita per l'ànima de fabricació americana”. Per què lluita BMW?

—El Grup BMW és una corporació global, que se situa per damunt de pronunciaments regionals.

—Les idees verdes per al consum d'energia i mate-



EL TEMPS

rials es poden integrar en el sector de fabricació de cotxes de luxe?

—És clar. Hem decidit de fer un enfocament molt obert cap a la sostenibilitat i anem molt més enllà de les simples xifres. Per a nosaltres, la preocupació ambiental comença en el procés mateix de producció: per posar-vos-en un exemple: fem servir els llacs petits que hi ha al voltant de les factories a Goodwood per al condicionament de l'aire, cosa que ajuda a reduir el consum d'energia. I gairebé el 70% de tots els Rolls-Royce construïts des del 1904 continuen essent conduïbles. Estic absolutament segur que no sou capaç d'esmentar cap concepte més sostenible en la indústria de l'automòbil.

Victorià Jiménez
Londres