

BUGATTI EN TÉLÉTRAVAIL — ENTRETIEN AVEC GIAN PAOLO FANUCCI, GESTIONNAIRE DE LICENCES



Paolo Fanucci profite du télétravail pour développer de nouvelles idées de collaboration.

De longs entretiens téléphoniques, des négociations par visioconférence : Gian Paolo Fanucci jongle constamment entre l'anglais, l'italien, l'allemand et le français. Détendu, élégant, affirmé et charmant. Chef de produits pour la gamme « Lifestyle » de l'entreprise, ce jeune homme de 34 ans occupe chez Bugatti International un poste où il est responsable du développement sous

accord de licence et de la collaboration avec les partenaires de la marque, afin de satisfaire les passionnés de Bugatti dans le monde entier. Ce n'est pas à son bureau, mais chez lui, à Berlin, que Paolo Fanucci travaille actuellement.

Bugatti a certes relancé la production de ses véhicules Chiron et Divo dans son usine de Molsheim après la fin du confinement, mais la plupart des employés travaillent encore aujourd'hui en télétravail, et pour ceux qui sont sur place, dans le strict respect des recommandations émises par les autorités nationales, experts internationaux et mesures gouvernementales.

Pour Paolo Fanucci, plus besoin donc de prendre le TGV chaque jour pour faire la navette entre Berlin et Wolfsburg. À la place, il en profite pour commencer à travailler plus tôt dans le bureau qu'il s'est aménagé à son domicile. Une situation qui n'est pas des plus simples, alors que son jeune fils âgé de seulement quelques mois découvre lui la vie dans la pièce voisine. « Comme je n'ai plus à me déplacer, j'ai maintenant beaucoup plus de temps pour ma famille. C'est évidemment super, car on peut profiter de tous les repas ensemble et passer beaucoup de temps en famille. Mais le contact avec mes collègues et les partenaires commerciaux me manque quand même », explique Paolo Fanucci.

PLUS PROCHES MALGRÉ LA DISTANCE

Mais son travail n'est pas fondamentalement différent d'avant. Même en temps normal, il passe la plupart de son temps en réunion ou au téléphone en développant des concepts et des idées en équipe, et ne rend visite à ses partenaires commerciaux implantés dans différents pays d'Europe que ponctuellement. « Ce n'est évidemment pas possible en ce moment, c'est pour ça que nous sommes constamment en contact vidéo avec nos partenaires », explique-t-il. En raison de la pandémie, de nombreux partenaires commerciaux étaient obligés de suspendre leur travail, mais ils sont maintenant en mesure de reprendre lentement la production et d'effectuer des livraisons. « L'avantage des visioconférences, c'est qu'on se sent même plus proches, malgré la distance. Comme nos partenaires travaillent eux aussi depuis chez eux, nous nous voyons chacun dans notre espace privé. Cela donne lieu à des conversations intéressantes, d'un autre genre », ajoute le jeune homme.

Ses tâches quotidiennes consistent à préparer les contrats, basés sur les plans d'affaires présentés par les partenaires potentiels, évaluer les canaux de distribution, élaborer des concepts marketing avec l'équipe Lifestyle, contrôler les gammes de produits et développer de nouvelles idées de produits. « Toute l'équipe et tous nos partenaires internationaux contribuent à l'élaboration de nouveaux produits Lifestyle. Ce n'est pas le virus qui arrêtera notre esprit créatif », assure Paolo Fanucci. Les échanges par Skype avec ses collègues de Bugatti, que ce soit pour des événements ou de nouveaux produits, battent eux aussi leur plein. Pour lui, il a trouvé le job idéal, même s'il rêvait, à l'origine, de devenir astronaute. « Travailler chaque jour avec une telle mixité de personnes issues d'autant de pays et de secteurs différents, c'est tout simplement exaltant, enrichissant et très motivant, même avec les difficultés que nous rencontrons aujourd'hui à cause de la crise », explique-t-il.

Ce natif de Londres aux racines italiennes grandit dans la métropole britannique, avant de déménager à Rome. C'est dans la capitale italienne et puis, près de Vérone, qu'il travaille pour des entreprises de mode, où il développe de nouveaux produits et se fait une place dans les services du marketing et du développement. C'est à ce moment-là qu'il entre pour la première fois en contact avec Bugatti. En 2018, il rejoint le constructeur français de voitures de luxe hypersportives.

Il y occupe alors un poste aux multiples facettes. Outre les véhicules tels que la Chiron et la Divo, Bugatti collabore étroitement avec des partenaires de secteurs très variés, afin de développer des produits de luxe haut de gamme et rendre ainsi cette marque de rêve accessible. « Bugatti est une marque passionnante, riche d'une grande tradition qui ne se limite pas à la construction de véhicules », explique le Britannique.

Le fondateur de la société, Ettore Bugatti, était lui-même un véritable pionnier du marketing de marque. Il a créé non seulement ses voitures célèbres mais aussi d'autres objets, tels que des bidons d'huile de marque, un rasoir cylindrique, des instruments chirurgicaux, un cadre de vélo et de moto ultra-léger, des fauteuils, des étaux, des harnais de cheval ou des stores pour fenêtres.

Aujourd'hui, la marque développe également du mobilier, du champagne, des accessoires de mode et des montres ainsi que les incontournables modèles réduits et les jeux vidéo. En ce moment, les experts travaillent sur des biens de consommation électroniques spécifiques et de nouvelles collections de vêtements. « Tous les produits Bugatti doivent être fidèles à l'esprit de la marque, tout en conservant un caractère haut de gamme, innovant et de qualité supérieure », explique Paolo Fanucci. C'est le cas notamment du champagne Carbon EB.01 Bugatti Vintage 2002, le premier produit au développement duquel Paolo Fanucci ait participé. À l'occasion de son 110e anniversaire, l'entreprise a imaginé en 2019 un champagne composé à 90 % de chardonnay et de 10 % de pinot noir, conditionné dans une bouteille en carbone habillée du bleu caractéristique de la marque Bugatti. Tout aussi exceptionnelle, la collaboration avec l'horloger Jacob & Co. qui a donné naissance à la montre Jacob & Co x Bugatti Chiron Tourbillon avec un véritable moteur W16 pour le mécanisme. « Un chef d'œuvre unique d'une technicité subtile et époustouflante. Tout comme nos véhicules », ajoute-t-il.

Sa compagne, qui travaille également chez Bugatti mais est pour le moment en congé maternité, reprendra, elle, en août. Il aimerait ensuite pouvoir prendre un congé parental, sans pour autant perdre de vue son prochain grand objectif : une collection de vêtements nouveau-nés et, sans surprise, une collection père-fils. « Je dois m'y mettre de toute urgence. Je pense que mon fils sera à coup sûr un grand fan de voitures », s'amuse-t-il.