BUGATTI INTERNATIONAL — UNE VISION AMBITIEUSE POUR L'AVENIR



Wiebke Ståhl, experte en gestion de marque, a transformé la marque de luxe française de Molsheim en un concessionnaire international prisé.

Afin d'ancrer la marque Bugatti et ses produits dans le XXIe siècle à la place qu'ils occupent tous deux aujourd'hui n'a pas été tâche facile. Lorsque la Bugatti Veyron 16.4 a été lancée sur le marché en 2005, le modèle aussi bien que le retour de la marque de luxe française ont fait face à certaines réticences. Alors que la Veyron s'est rapidement imposée au sommet de l'industrie automobile, la transformation de Bugatti International en un concessionnaire prisé dans l'industrie du luxe a pris plus de temps.
Depuis que Wiebke Ståhl a pris les rênes en tant que directrice générale de Bugatti International, l'entreprise a acquis une structure claire et bien définie. D'autre part, la situation complexe relative à la marque de fabrique a été résolue et le nom de la marque est désormais bien protégé à l'échelle mondiale. Wiebke Ståhl, experte expérimentée en marketing international et gestion de marque — elle a notamment collaboré avec Ferrari, Group Lotus, Chopard ou encore

Montblanc — a fait de la marque une entreprise rentable et diversifiée. « La marque BUGATTI m'a toujours fascinée. Elle a une histoire unique et tant de potentiel. Elle avait besoin d'être rétablie de manière adéquate et d'être rendue à nouveau plus visible, des objectifs que nous avons indiscutablement atteints », déclare Wiebke Ståhl.

Même elle et son équipe sont parfois impressionnés par leur propre succès. Cela a été le cas lors de la coopération de Bugatti avec LEGO Technic initiée en 2017 par l'équipe de Wiebke Ståhl. Cette coopération s'est révélée une réussite bien plus importante que celle imaginée par les deu x marques et a été prolongée d'une année. C'était la première fois que LEGO créait un modèle à taille réelle, la LEGO Technic Bugatti Chiron, équipée d'un vrai moteur et construite uniquement en pièces LEGO Technic. La célèbre entreprise danoise a mis plus d'un an à développer ce modèle, avec le soutien d'ingénieurs Bugatti qui se sont rendus sur place à l'usine de Kladno, en République Tchèque. Lors de sa tournée mondiale en 2018, la LEGO Technic Bugatti Chiron grandeur nature a attiré les foules partout où elle a été présentée. Les gérants de magasins LEGO ont rapporté que des enfants se tenaient devant le modèle au 1/8e de leur magasin et expliquaient minutieusement chaque détail et caractéristique de la vraie Chiron[1] aux passants stupéfaits. « La fascination pour notre marque et ses produits nous a montré à quel point nous avons réussi à établir Bugatti dans les cœurs et dans les esprits, et à quel point notre image est devenue positive », s'extasie Wiebke Ståhl. « Par le biais de telles activités, nous renforçons le lien qui nous unit à nos fans et à nos clients à venir. »

Wiebke Ståhl, qui a rejoint Bugatti en 2015, est non seulement devenue une gardienne passionnée de la marque de fabrique Bugatti, mais entraîne et exploite également la marque dans de nouvelles collaborations haut de gamme et haute technologie, qui reflètent l'image unique et la gamme de produits emblématique de la marque de luxe française. Le défi est de ne pas tomber dans l'évidence, mais de trouver les bons partenaires, de chercher les champions cachés se montrant innovants, ambitieux et perfectionnistes dans leurs domaines respectifs. « Une marque qui produit environ 80 exemplaires par an de ses chefs-d'œuvre automobiles, chacun d'eux lui-même unique, ne peut tout simplement pas faire ce que les autres marques font et produire une gamme de parfums ou de sacs à son nom », dit Wiebke Ståhl. « Les produits qui portent notre nom sont développés consciencieusement en coopération étroite, leur technologie nécessite d'être extraordinaire, en claire association avec l'ADN de notre marque, qu'il s'agisse de montres, d'articles de sport ou d'équipement audio-visuel. » Tout doit être aussi unique et d'une qualité équivalente à celle des hypersportives de la marque.

Par exemple, Jacob & Co, bijoutier partenaire de Bugatti, a développé une montre Chiron Tourbillon dans laquelle le mouvement reproduit un bloc-moteur miniature. Le vilebrequin tourne et les pistons effectuent un mouvement de pompage de haut en bas, exactement comme dans notre moteur emblématique W16 de 8L. « Peut-on faire plus Bugatti ? » demande Wiebke Ståhl, admirative devant ce chef-d'œuvre absolument unique.

La cadre supérieure n'a jamais perdu de vue ses objectifs. Elle sait ce qu'elle veut et fera ce qu'il faut pour l'obtenir. Pour Bugatti, contrairement à de nombreuses autres marques de luxe similaires, il n'est pas question de victoires faciles, mais de persévérance, de patience et de perfection. « Nous sommes sur la bonne voie et avons d'excellents produits et partenariats pour créer une marque de luxe diversifiée et performante, née de notre marque d'hypersportives uniques. Nous avons trouvé des partenaires qui représentent le haut niveau d'excellence de nos véhicules au sein de leurs branches propres, non seulement dans leur mentalité mais aussi grâce à leur compétence et à leur attention à la tâche. Nous travaillons actuellement à des partenariats particulièrement palpitants et séduisants, qui nous aideront à faire monter la marque Bugatti dans un tout nouveau secteur du luxe. »

Avec son équipe dévouée, Wiebke Ståhl souhaite faire de Bugatti une marque de luxe mondiale et intersectorielle, synonyme d'innovation, de perfection et d'achèvement comme nulle autre.

L'objectif principal de Wiebke Ståhl est la poursuite du développement de la marque et de la marque de fabrique Bugatti, en collaboration avec son équipe dévouée. Au cours des dernières années, tant de concepts innovants, de nouvelles idées et de nouveaux produits leur ont été présentés que Wiebke Ståhl et sa petite équipe peuvent à peine suivre. « Il y a tellement de potentiel que nous avons un peu l'impression d'être encore à l'époque d'Ettore Bugatti, quand il arrivait un jour sur deux avec une nouvelle invention : des cireuses aux instruments chirurgicaux en passant par les moulinets de pêche, une machine à faire des pâtes ou un aiguiseur pour lames de rasoir. Saviez-vous que Monsieur Ettore Bugatti a fait breveter plus d'un millier d'inventions ? Nous avons donc encore beaucoup de marge pour nous développer », dit Wiebke Ståhl avec un sourire malicieux.