

ENTREVISTA

Xavier Pujol

CONSELLER DELEGAT DE FICOSA

Indústria “Panasonic necessita un parell de fàbriques per continent i a Europa només en té una; Viladecavalls s’especialitzarà en sistemes per al vehicle” **Sony** “La compra dels actius el 2011 va ser clau per fer el gir cap a l’electrònica”

“Sense Panasonic, Ficosa no tenia diners per continuar la transformació tecnològica”

ELENA FREIXA
BARCELONA

Xavier Pujol Artigas (Barcelona, 1962) és el conseller delegat de la multinacional Ficosa, una companyia d’arrel familiar catalana proveïdora de grans fabricants de cotxes. L’empresa va fer l’any passat un pas que la transforma per sempre amb l’entrada del gegant japonès Panasonic al seu capital, inicialment amb un 49%. L’operació, segons Pujol, ha sigut un èxit i és una garantia de cara al futur rol que vol tenir Ficosa en el món de l’automoció, un món marcat per la irrupció del cotxe connectat.

Com va la integració de Ficosa i Panasonic?

El sentiment que impera a la companyia és molt bo. Ells són 60 vegades més grans que nosaltres, però ens hem trobat un grup molt més àgil que no ens pensàvem. Panasonic té el focus molt posat a l’Àsia, que és el seu mercat natural, i els actius que li ofereix Ficosa són l’expertesa en el nostre sector –l’automòbil– i l’agilitat a l’hora de traslladar la innovació al mercat.

Al MWC hi va presentar la setmana passada l’antena de comunicacions que portarà tot cotxe connectat en el futur. Quin feedback va trobar?

Ja som a punt d’aconseguir un primer comprador, un fabricant d’automòbils de referència, però el nom és totalment confidencial. Això confirma el que sempre hem defensat que Ficosa pot aportar a Panasonic: l’accés a clients occidentals del món de l’automoció. Ells tenen un repte important en aquest camp perquè ara facturen 10.000 milions però volen doblar-los el 2020. De moment no estem inclosos en els objectius perquè no tenen la majoria a Ficosa i no consoliden els nostres resultats.

Creixerà el 49% de participació de Panasonic fins a ser majoritària?

El repte tecnològic que tenim al davant és tan brutal i les necessitats d’inversió i despesa tan grans que la nostra família no té recursos per anar ampliant capital. Ficosa, sense Panasonic, no tenia aquests diners per fer la transformació, però no perquè no creguéssim en el projecte. Per això justament no posem límits al creixement d’aquest projec-



FRANCESC MELCION

te industrial [amb Panasonic], ens sembla una irresponsabilitat. Volem transformar el sector en la nova era de la connectivitat.

Com va anar el 2015 per a Ficosa?

Encara no hem tancat oficialment els resultats, però avanço que superarem els 1.000 milions de facturació. El nostre pla inicial era arribar als 1.450 milions d’ingressos el 2020, però era sense Panasonic. Ara hi haurà unes vendes addicionals fruit de la integració i farem un nou pla estratègic que encara és confidencial però que superarà aquests objectius inicials.

Últimament hem vist un degoteig de deslocalitzacions industrials. ¿L’activitat a la fàbrica de Viladecavalls està segura?

Futur
“Posar límits al creixement del projecte amb Panasonic és irresponsable”

El pla per a Viladecavalls, que vam pactar el 2011 quan vam quedar-nos Sony, segueix vigent al 100%. Panasonic necessita un parell de fàbriques per continent i aquí a Europa en tenen només una, que fa els seus propis productes d’altres línies de negoci. La nostra serà l’especialitzada en tots els sistemes de comunicació del vehicle i hi farem els productes que acoblarem i vendrem conjuntament.

L’operació de Sony va rebre crítiques i va haver-hi molts dubtes sobre la seva conveniència.

L’equip que comandava l’operació mai, ni en els pitjors moments, va dubtar que Sony era clau. Oferia uns actius electrònics i humans especialitzats que eren essencials per fer

el gir en una empresa mecànica com era Ficosa. Panasonic no hi hauria entrat si no haguéssim tingut una seu a Viladecavalls amb aquesta infraestructura electrònica.

Però els sindicats van lamentar aleshores que no es va poder conservar tota l’ocupació, com s’havia anunciat inicialment.

És lògic, vam haver d’afrontar un moment de caiguda de vendes, el mercat europeu va baixar un 3% i això ens va prendre la possibilitat de recol·locar 150 persones. Però també li deia a la gent “Oblideu-vos del que surt als diaris, convencerem la gent a força de fets”. La prova és la pau social que tenim respecte a l’octubre del 2013. Quan vam deixar de fer televisors per a Sony, no només vam mantenir els 500 treballadors, sinó que la plantilla ha crescut amb més gent d’enginyeria. El que vam decidir mai m’ha semblat un error.

Quina part del cotxe del futur que hem vist al MWC és ja una realitat?

Alguns dels productes que vam portar ja els estem fabricant i seran la porta d’entrada del cotxe connectat que irromprà en pocs anys. Per exemple, la nostra caixa de comunicació del vehicle ja envia alertes de trucada d’emergència, un dispositiu que serà obligatori d’aquí pocs anys a tots els vehicles nous a Europa. També dona informació de l’índex de bateria que té el teu vehicle elèctric i ofereix altres serveis d’infotainment [entreteniment informatiu]. Però això evolucionarà i oferirà més prestacions a mesura que el dispositiu guanyi ample de banda.

Per a quins fabricants produïu aquesta caixa de comunicació?

Tenim quatre clients molt importants, que són Renault, Nissan, Smart i General Motors.

Són marques grans que ajuden a posicionar-se, suposo.

Seguretat, comunicació i eficiència és la Champions League del sector de l’automoció. Si em preguntes com a responsable de la companyia què ens ha fet fer el salt endavant ha sigut sens dubte el canvi de magnitud que va fer Ficosa fa uns anys. L’aposta per R+D ha sigut important i sostinguda, del 3% del total de vendes, i ara amb Panasonic estem en un grup que hi destina el 6%. ■