

ENTREVISTA AMB CARL C. ROHDE, caçador de tendències

"Una de les claus per sortir de la recessió és la gent gran"

JOSEP M. BERENGUERAS

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, 15.04.09

--¿Què és una tendència?

--Hi ha diferents tipus de tendències. Una d'important són els colors de les peces de roba que es portaran l'hivern que ve. Però nosaltres no ens fixem en aquestes, sinó en les tendències de mentalitat. Com sent, pensa, actua la gent. És el que tothom vol saber, les companyies també, com estan canviant les mentalitats. Investiguem què és cool, què és atractiu i inspirador i amb potencial de creixement en grups concrets.

--Amb la crisi econòmica les tendències deuen haver canviat molt...

--Moltíssim. El gran canvi és que abans admiràvem els que tenien molts diners, què feien i què pensaven. Ara, estem disgustats amb tots els que s'han enriquit desmesuradament. A més a més, hi ha un gran moviment del greed (avarícia) cap al green (verd). Ningú vol ser un gran banquer, ja no és atractiu, ara el que tots volem ser és ecològics.

--Posi'm un exemple de companyia que s'estigui movent de l'avarícia al verd.

--La banca és un dels sectors més mal vistos, ja que hi ha un nou tipus de banca anomenada Zopa (www.zopa.com) que és un lloc on hi ha prestamistes i prestataris, tot persones normals. És una comunitat, no un banc, tothom presta i rep diners. És un banc 2.0, fet per a nosaltres i

per nosaltres mateixos. Ja està en funcionament al Regne Unit, Itàlia, el Japó i els Estats Units, i va molt bé.

--¿Hi ha projectes similars aquí?

--A Espanya veiem que la societat es mou, també els polítics. Hi ha una gran preocupació per ser més verd, reciclar, ser sostenible, el dret a la vivenda.

--¿Els polítics estan fent tot el possible per sortir de la crisi?

--No ho sap ningú. El moviment de l'avarícia al verd també l'estan fent ells. Si gastes un munt de diners, no els gastis per salvar la contaminant indústria de l'automòbil, gasta'ls per crear nous llocs de treball en la indústria automobilística ecològica. Salvar l'economia, però també el medi ambient.

--¿Obama és l'exemple perfecte del nou escenari?

--Ha fet coses fantàstiques. Una d'elles ha sigut involucrar tothom en el seu canvi. Ha sigut dels primers a utilitzar la revolució 2.0.

--¿Quin és el rol de la gent gran a l'escenari actual?

--No volen que els anomenin gent gran, sinó els de més de 50. Els joves no tenen diners i no creixen en termes demogràfics. Els de més de 50 cada vegada són més, tenen diners, el poder, el temps i no es moriran aviat. Totes les recessions han acabat amb un gran descobriment. No sé de quina manera s'acabarà aquesta crisi, però serà basant-se en el concepte 2.0, la sostenibilitat, i probablement els de més de 50 hi tindran molt a veure. Són una de les claus per sortir de la recessió.

--¿Ha canviat el comportament del consumidor al súper?

--La gent nota la crisi a la cartera, però els preus han baixat i, per tant, anem tirant. Has de menjar igualment, de manera que segueixes anant a comprar igual. El que sí que ha canviat és que si volíem comprar l'últim model d'ordinador o adquirir una rentadora més moderna que la que teníem, això ho posposem. Els discount tenen una gran oportunitat en aquesta crisi si saben guanyar-se el públic. Però alerta, perquè el model de barat però antipàtic és molt perillós.