Expansión

fuera de serie

nº 255.
2 de
octubre
de 2009

Fabergé vuelve a las joyerías

Safari en Zambia

Un día con James 'Ferrero' Bond

El tenista alicantino posa en el Aston Martin del agente 007

Un gran zapato que pocos conocen

La familia Gazzani los hace en La Marche (Italia) desde hace más de 50 años. Fabricaban para un reducido círculo de clientes hasta que en 2004 fundaron Bontoni, la firma que triunfa en Nueva York.

POR SERGIO CABRERA

DESDE HACE DÉCADAS, la familia Gazzani ha fabricado zapatos de excelente calidad en Montegranaro, una pequeña localidad de algo menos de 13.000 habitantes situada en el epicentro de las mejores manufacturas de calzado de Italia: la región de La Marche. Sus creaciones eran anónimas, y sólo el boca a boca permitía que alguien conociera su existencia. Con un ritmo de trabajo pausado pero eficiente, les bastaba con vender sus piezas exclusivamente a familiares y amistades, para los que se hacían hormas personalizadas. Además, contaban con una reducida cartera de clientes más allá de la región, dispuestos a pagar un mínimo de 2.400 euros por un par de zapatos a medida.

Todo cambió en 2004 gracias al empuje de Franco Gazzani y Lewis Cutillo, miembros de la tercera generación. Ellos bautizaron la manufactura con el nombre de Bontoni (el nombre se inspiró en la expresión italiana *buon gusto*) y pusieron en marcha un sueño en el que aún hoy trabajan: llevar sus creaciones a las 30 tiendas de moda más exclusivas del mundo. "Lo más difícil fue convencer a mi padre para que diera su aprobación a que vendiéramos en boutiques, no sólo los zapatos a medida, sino también colecciones *prêt-à-porter*. Cuando dio su brazo a torcer, sólo nos puso una condición: que las tiendas en las que distribuyéramos nuestros zapatos no estuvieran en Italia, donde se seguiría trabajando como siempre", cuenta Franco Gazzani.

Dicho y hecho. La expansión comenzó por Estados Unidos, donde los Gazzani tienen familiares viviendo en Boston que les ayudaron con las primeras negociaciones. La calidad de sus piezas hablaba por sí sola y, en poco tiempo, tenían las puertas abiertas de zapaterías de renombre como Louis Boston, Wilkes Bashford, Stanley Korshak o Mario's. Además, desde 2007, también las de Bergdorf Goodman en la Gran Manzana. Aún así, con pedidos que se multiplican a diario, pocas cosas rompen la tranquilidad del *laboratorio*, el nombre con el que la familia conoce el pequeño taller de Montegranaro y donde trabajan cinco personas, las precisas para fabricar los entre siete y once pares que se terminan cada día.

Franco Gazzani y su padre, Manfredo, en el pequeño taller donde la familia fabrica sus zapatos. Recuerdos y fotografías de diferentes generaciones llenan las paredes.

El particular 'acuerdo entre generaciones' al que llegaron padre e hijo es el responsable de que, hoy por hoy, al tiempo que los zapatos Bontoni ocupan editoriales de moda en revistas de referencia y son cada vez más demandados por la alta sociedad y los hombres de negocios de Nueva York, en Italia sigan siendo desconocidos por el gran público.

Y así quieren en el *laboratorio* que continúe siendo por mucho tiempo. Los Gazzani son muy celosos de su intimidad y prueba de ello es que no bautizaran a la firma con su apellido, o que no se muevan en los círculos industriales de La Marche. "En nuestra ciudad todos nos conocen, pero más allá seguimos pasando desapercibidos. Tampoco tenemos una relación específica con otras marcas, a pesar de que ya hay quien intente imitar nuestra filosofía y nuestros productos", dice Franco.

CLÁSICOS MODERNOS. El estilo de los zapatos Bontoni es parecido al que triunfaba en los años 50, con formas clásicas en las que procuran dar siempre pequeñas pinceladas algo más modernas. "Nuestro esfuerzo se centra en crear zapatos lo más confortables posible. Según el modelo, realizamos el montaje con una técnica diferente. Éstas se basan en las que han utilizado desde siempre los mejores artesanos, pero nosotros intentamos aportar algunos detalles que consigan un resultado diferente al de otras marcas, como el uso de una capa de cuero blando que se cose a la suela para hacer aún más cómoda cada pisada. Nos preocupamos por incluir nuevas técnicas y materias primas", afirma Franco. "Y todo ello sin contar con que cada uno de los artesanos del taller tiene sus propios secretos".

Lo único que no cambia, ni se intenta modernizar, es el concepto de elegancia masculina que manejan a la hora de crear un nuevo modelo. "Cuando ves una fotografía de italianos en aquella época, todos aparecen siempre muy elegantes. Puede que fueran pobres, que no tuvieran dinero para comprar ropa, pero se las apañaban para vestir con estilo, el mismo que veían en las películas de Vittorio de Sica, Fellini, Mastroianni o Alberto Sordi", afirma Franco. "Mi padre me enseñó a amar este concepto de la moda y quiero renovarlo con respeto y discreción. Los nuevos diseños de Bontoni son obra de ambos y me gustan porque son un perfecto ejemplo de equidad entre lo tradicional y lo moderno. Lo gracioso es que yo soy el que aporta el lado clásico y mi padre el que intenta innovar cada vez más".

PARA TODOS LOS GUSTOS. En la actualidad, la marca cuenta con cuatro colecciones de zapatos: *Amarcord*, la línea más clásica, con modelos que no se han modificado desde que los creara el abuelo Gazzani; *Casanova*, en la que se mezcla tradición con un estilo más contemporáneo y para los que se usa exclusivamente piel de becerro francés; *Serenata*; donde la familia incluye sus modelos más *casual*, con profusión de mocasines y perfectos para

¿Cómo encargar unos Bontoni?

Para solicitar un par de zapatos, lo más eficaz es encargarlos directamente a la fábrica en Montegranaro. Los 'prêt-à-porter' cuestan a partir de 700 euros y, si los prefiere a medida (desde 2.400 euros) será necesario un paseo a La Marche para hacerse su horma. El pedido se demorará alrededor de 90 días y en cada zapato se habrán practicado más de 300 pasos, incluido el curtido del cuero, y que suponen nueve semanas de trabajo. El resto del tiempo, hasta completar las 13 semanas, los zapatos estarán reposando en el taller, donde se verifica hasta el último detalle de su acabado.

Cada zapato necesita 300 pasos y nueve semanas para completarse. Después pasarán otros 25 días reposando en el taller, donde comprobarán exhaustivamente el acabado

Modelo 'Brera', un zapato tipo Oxford de la colección 'Amarcord'.

conjuntos de estilo deportivo; y, por último, *Volare*, la línea pensada para el fin de semana y que incluye materiales como la napa, suelas con tacos e incluso zapatillas de deporte.

Los de cuero se pintan a mano con colores tan variados como el rosa, el negro o diferentes tonos de marrón. Cada artesano necesita tres horas de trabajo para completar un par. El resultado será siempre una pieza única, ya que es imposible conseguir dos zapatos completamente iguales con esa técnica artesana.

SIN COMPLEMENTOS. Aún hoy es en el boca a boca donde reside la fuerza de Bontoni. "Es crucial. No tenemos dinero para publicidad, por lo que lo más importante es la buena opinión de nuestros clientes, que nos recomienden a sus amistades", afirman Franco y Lewis, que descartan diversificar la firma con otro tipo de productos. "El éxito o el fracaso dependerá de nuestra habilidad para centrar el negocio en torno al zapato de calidad. Hemos de poner el acento sólo en aquello que sepamos hacer mejor, sobre todo si tenemos en cuenta lo competitivo que es este mercado. Hay gigantes financieros como John Lobb (grupo Hermès) o Berluti (grupo LVMH) que nos obligan a los pequeños a jugar con otras reglas. No se les puede tutear en recursos, publicidad, contactos..., por lo que tenemos que crear colecciones más bonitas y especiales que las de las otras firmas. Nuestros zapatos son únicos, pero no podría decir lo mismo de una colección de complementos si la llegáramos a hacer, por lo que es una idea que no nos planteamos", comentan.

A los Gazzani aún les queda encontrar otros 20 distribuidores para cumplir su sueño. En Europa, su referencia es Ladage und Oelke, una de las boutiques más exclusivas de Hamburgo (Alemania), pero en Estados Unidos ya se encuentran en ambas costas, de Beverly Hills a Nueva York. ¿Venderán alguna vez en Milán o en Roma? "No lo descartamos, pero queremos centrarnos en otros países. Así que, por ahora, no", afirman.

MÁS INFORMACIÓN:
VIA ELPIDENSE NORD, 27.
MONTEGRANARO (ITALIA).
TEL. +39 335 495 282
WWW.BONTONI.COM