

Un "patrimonio" per la ripresa.

08/09/2015

GLI IMPRENDITORI

» Dolomiti care, incanto delle Alpi, gemme del mondo, superba fusione dell'orrido con il divino, sublime architettura di un paesaggio da sogni.

Giovanni Sala, capitano degli alpini



Scarpe e volteggi Il calzaturificio Paoul di Saonara (Padova) realizza le scarpe indossate da artiste come Britney Spears o Sandra Bullock e dal popolo che ha scoperto la passione per le danze di coppia. Cinzia e Katia Pizzoccaro: «Tutto cominciò con un liscio tra mamma e papà»

Sorelle e colleghe Cinzia e Katia Pizzoccaro nella sede del calzaturificio Paoul a Saonara. (Tonio/Erre)

Alla conquista del mondo con i passi nelle sale da ballo

di Valeria Crippa

Galeotto fu il ballo liscio per Paolo Pizzoccaro e la moglie Maria Teresa. «Si conobbero a un corso amatoriale — racconta la figlia Katia —. Il papà amava la danza: un giorno, mentre ballava con la sua maestra, vide la mamma in coppia con il conduttore della sua insegnante, alla quale propose: «Perché non balli con tuo marito e io con quella signora?»».

Da quel *changer la dame* nacque la fortunata virata verso il ballo del Calzaturificio Paoul, azienda storica fondata nel 1967 a Villatora di Saonara, Padova, oggi condotta dalle figlie Katia e Cinzia insieme alla madre. Artigianalità al cento per cento esportata in tutto il mondo, a Mosca (in maggio è stato inaugurato il primo rivenditore russo) come a Pechino.

A New York calzano scarpe Paoul Sandra Bullock, Britney Spears, Pamela Anderson, gli attori di «Beautiful» e i vip di «Dancing with the Stars». La linea Theatre è molto richiesta per le rievocazioni storiche in teatro e nei musical come «Romeo e Giulietta» o «Rugantino» con Enrico Brignano, dal debutto al Sistina di Roma fino a Broadway. Basta dare un colpo di telefono in azienda per capire che, a Villatora, oltre alle scarpe c'è di più. La passione per il ballo echeggia dalle note del «Boléro» di Ravel che si impennano in crescendo nel messaggio d'attesa del centralino. «La nostra missione è creare arte e bellezza — afferma Katia Pizzoccaro, Cfo di Paoul. Mio padre iniziò occupandosi

L'espansione Da Mosca a Pechino, si esporta un'antica produzione, al cento per cento artigianale

Su misura «Ci si focalizza sulla linea disegnata ad hoc, un servizio molto richiesto dall'estero»

La filosofia «Vogliamo creare arte. I nostri clienti sono sempre più sofisticati e amanti del bello»

delle calzature in genere, in una prima fase come terzista di marchi noti: produceva per altre aziende».

La figura del terzista è diffusa nel distretto calzaturiero della Riviera del Brenta che ospita i principali marchi, da Louis Vuitton a Dior, e i fornitori di accessori e materiali legati al mondo della scarpa di lusso. «Il territorio ha influenzato la famiglia di mio padre, anche i suoi fratelli erano nel settore. Si lavorava a cottimo. A un certo punto papà si mise in proprio con prototipi suoi per diversi tipi di calzature come gli stivali della polizia. Era un abile modellista». Poi, la scoperta del ballo di sala, dal tango al valzer, e del suo potenziale.

«Per questo genere di danze le scarpe non esistevano in Italia, venivano importate dall'Inghilterra — prosegue Katia Pizzoccaro —. Mio padre cominciò così a produrre i primi prototipi per i suoi insegnanti di ballo: all'epoca c'erano pochi ballerini, non come oggi che il ballo di coppia è un fenomeno di massa, diventato uno sport a tutti gli effetti». Fu così che il marchio Paoul si affermò e diffuse, proprio grazie agli insegnanti che si spostavano di regione in regione in tutta Italia, poi oltre confine. «Mia sorella e io abbiamo cominciato a lavorare in azienda dopo la laurea. Cinzia disegna le collezioni e gestisce la produzione, io mi occupo di amministrazione e finanza e curo la parte commerciale dell'azienda. Ma tutte le decisioni le prendiamo insieme a nostra madre». Dal design alla spedizione, (confezionamento e imballaggio inclusi), il ciclo del prodotto si completa all'interno dello stabilimento di Villatora. «La nostra filosofia aziendale? Ci distingue un tratto etico: vogliamo creare arte.

I clienti sono sempre più sofisticati e amanti del bello, ci stiamo spostando dalla produzione seriale alla linea *tailored*, disegnata *ad hoc*, un servizio molto richiesto dall'estero. Ci piace creare un pezzo diverso dall'altro, nel rispetto delle normative vigenti, pensando al consumatore che calza il prodotto. Usiamo materiali certificati, solventi atossici, preoccupandoci anche del rispetto del lavoratore salvaguardato dai dispositivi di sicurezza».

Le due linee principali, tra le quattro in catalogo (anche online), sono Dance e Wedding&Gala. La prima si rivolge ai ballerini professionisti e viene utilizzata nelle competizioni internazionali: a testare i prototipi sono coppie vincitrici di titoli mondiali o europei come Andrea Ghigiarelli e Sara Andracchio (campioni del mondo nella specialità «danze standard»), contesi tra Asia e Stati Uniti, o come Letizia Ingresso e Marco Cavallaro: «Sono iperpignoli, ci segnalano anche un millimetro di cinturino di troppo, o la necessità di avere una soletta più imbottita, di allargare una pianta».

Da questa esperienza nasce anche la linea Wedding&Gala, disegnata per la sposa o per l'hostess impegnata in eventi speciali. «Una calzatura, oltre a garantire il massimo della prestazione tecnica, deve essere elegante, con strass e nastri. I tacchi? Per le scarpe femminili, 7 centimetri per le danze standard, 8 per latinoamericane, per gli uomini 3 e 4 centimetri, ma per il tango argentino proponiamo un tacco di 3,5 un po' svasato. Per il Wedding arriviamo al tacco 12 con il plateau, non oltre perché la sposa deve godersi il giorno perfetto: principessa si ma anche libera di divertirsi».

I modelli

Più di due terzi della produzione Paoul venduta online è comprata da stranieri. Il cliente può personalizzare la scarpa cambiando materiale, colore, suola: ogni variazione prevede un supplemento e si può arrivare ai 220 euro. Massima espressione della tendenza è il prodotto «tailored», realizzato in pezzi unici, con prezzi a preventivo, richiesto soprattutto in Francia e Italia. Esistono rivenditori ufficiali del marchio a New York, Mosca, Pechino



Message 32 of 109

- [« Primo](#)
- [Precedente](#)
- [...](#)
- [La fabbrica al femminile](#)
- Un "patrimonio" per la ripresa.
- [...](#)
- [Prossimo](#)
- [Ultimo »](#)