



Cenușăreasa în varianta Louis Vuitton

Intrând în exclusivitate în atelierele Louis Vuitton din Fiesse d'Artico, *ForbesLife România* a descoperit universul artizanilor din tată-n fiu și culisele unei lumi în care rigurozitatea neobosită a „cusăturilor norvegiene“ nu este egalată decât de permanența unei întrebări: ce a mai rămas încă nefăcut și necartografiat în industria luxului?

de Diana-Florina Cosmin

„Totul aducea cu mișcarea continuă a unei mașinării bine-unse. Totul era organizat și disciplinat cu precizie mecanică, o mare de cumpărători fiind prinsă în puterea și logica acestui joc fără sfârșit”. Cuvintele lui Émile Zola fac parte din cel de-al unsprezecelea roman al seriei Rougon-Macquart, intitulat în mod sugestiv „Au Bonheur des dames” (1883): „La Paradisul Femeilor”. În momentul în care Zola așternea pe hârtie povestea primului magazin universal parizian, într-o abordare care poate fi considerată primul studiu remarcabil de marketing și istorie a comerțului francez, celebrele cufere de călătorie Louis Vuitton se aflau deja pe piață de 29 de ani. Fix 129 de ani mai târziu, atelierul de încălțăminte Louis Vuitton din orașelul italian Fiesse d'Artico (regiunea Veneto) – numit, în spirit français „Manufacture des Souliers” – și-ar putea grava fără probleme la intrare, ca motto oficial, cuvintele lui Zola. În clădirea imaginată de arhitectul francez Jean-Marc Sandrolini pornind de la o imensă cutie de pantofi, aproape 300 de persoane compun exact acea mașinărie bine-unse, care alimentează neobosit și cu precizie milimetrică dorințele unei clientele exclusiviste. Aproape jumătate din producția de pantofi – bărbătești și de damă – a brandului francez iese din Fiesse (restul





ÎN CURTEA ATELIERULUI **LOUIS VUITTON** DIN FIESSO DARTICO TRONEAZĂ O
INSTALAȚIE REALIZATĂ DE JOANA VASCONCELOS DIN **OLEA ȘI CAPACE DE OALE**



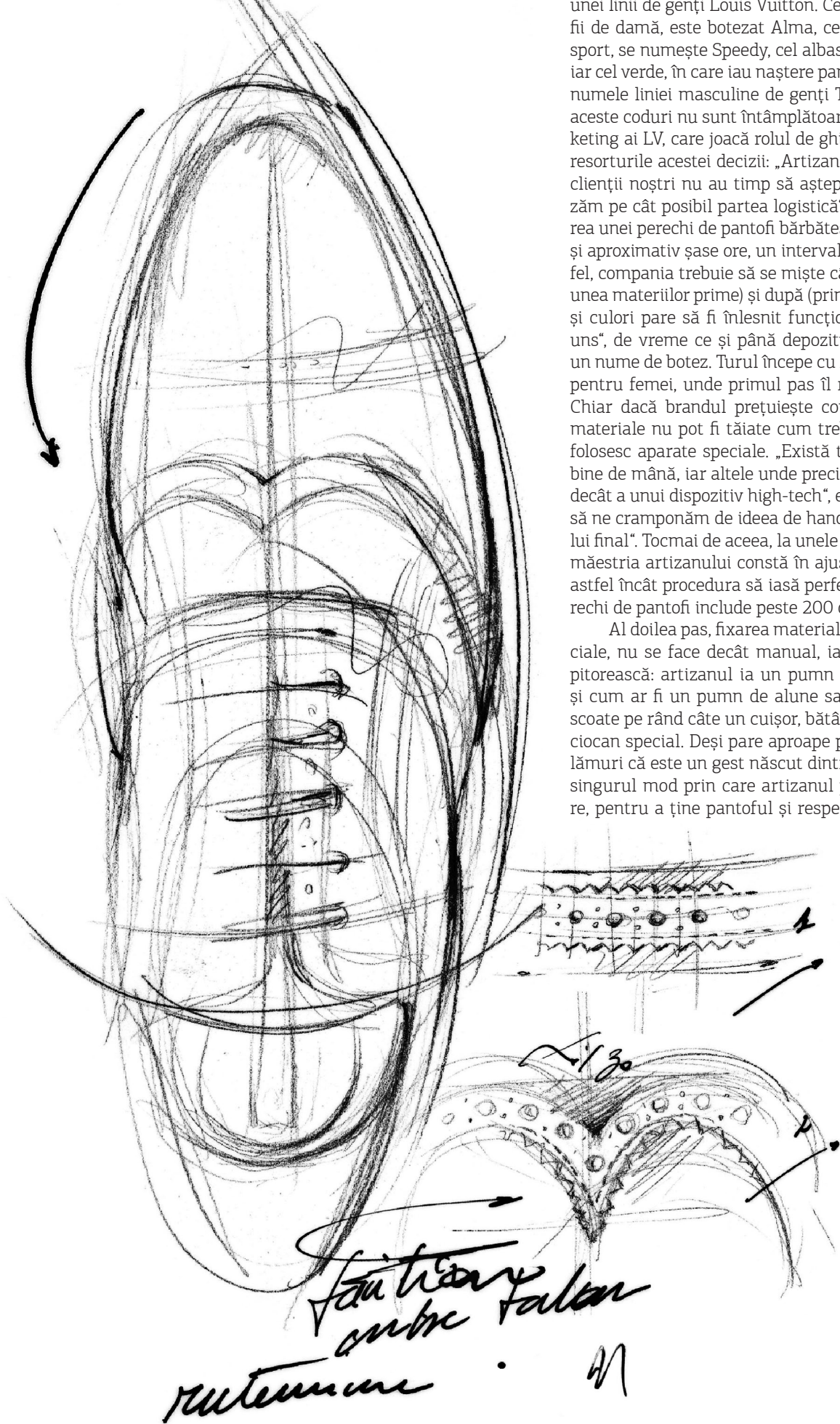
fiind externalizat către mici ateliere cu care Louis Vuitton are deja relații de peste zece ani, în special unele din zona Toscanei), în timp ce gențile și ceasurile sunt realizate în Franța și, respectiv, în Elveția. Premisa de la care a pornit Yves Carcelle, CEO al Louis Vuitton, prin împărțirea celor trei domenii este una simplă: fiecare produs trebuie să fie manufacturat în regiunea sau în țara care deține cele mai bune competențe pe domeniul respectiv. Regiunea Veneției, mai precis Riviera del Brenta, zona în care se află localizat Fiesso d'Artico, este renumită pentru meșteșugul pantofilor de lux. Încă din secolul XIII, artizanii din zonă creau încălțăminte aristocratică venețiene, folosind piele și alte materii prime de la furnizorii din regiune; tradiția s-a păstrat în timp, Veneto fiind una dintre puținele oaze în care meșteșugurile de demult încă se transmit din tată-n fiu. Louis Vuitton și-a făcut intrarea în regiune abia din 1998 încoace, când venirea lui Marc Jacobs ca director de creație a schimbat radical coordonatele unui brand considerat până atunci „de modă veche”. Au apărut colecțiile prêt-à-porter, încălțăminte, ochelarii de soare și ceasurile, deschizând tot atâtea noi piețe pentru compania care a atins, în 2011, încasări de 2,5 miliarde de euro la nivel mondial. În 2009, a apărut atelierul din Fiesso d'Artico, unul atipic prin prisma dimensiunii duale: o clădire high-tech, creată pe principii eco (podele de lemn, mobilier ergonomic, filtrare a zgomotului, lumină naturală), în care, urmând metodele de demult, se meșteșugă chiar și șase ore la aceeași pereche de pantofi.

Trecând de poarta atelierului, îmi dau seama că Zola și citatul său s-ar potrivi într-adevăr de minune în peisaj, eventual lângă pantoful de patru metri înălțime de la intrare, în interiorul căruia se află o reproducere a celebrei picturi „Nașterea lui Venus”, de Botticelli. Traversând câteva culoare străjuite de vechi geamantane Louis Vuitton și de fotografii artistice în care turnul Eiffel este recreat sub formă de valize LV suprapuse, ajungem în curtea interioară, unde tronează alte două instalații înfățișând, firește, tot pantofi... Cea care-mi atrage instantaneu privirea este semnată de portugheza Joana Vasconcelos și reprezintă un pantof stiletto argintiu, realizat integral din oale și capace de oale. De aici, din curtea interioară, pornește ceea ce s-ar putea numi, mai în glumă, mai în serios, drumul inițiativ al Cenușăresei, pentru că

ARHITECTUL **JEAN-MARC SANDROLINI** A PROIECTAT ATELIERUL LOUIS VUITTON DIN FIESO D'ARTICO FOLOSIND CA **INSPIRAȚIE** O CUTIE DE PANTOFI.



Locheleu



atelierul se compune, la rândul său, din încă patru ateliere mai mici, fiecare având o culoare distinctă și fiind botezat după numele unei linii de genți Louis Vuitton. Cel roșu, în care se produc pantofi de damă, este botezat Alma, cel galben, pentru încălțămintea sport, se numește Speedy, cel albastru, pentru mocasini, Nomade, iar cel verde, în care iau naștere pantofi bărbătești eleganți poartă numele liniei masculine de genți Taiga. Deși dau culoare locului, aceste coduri nu sunt întâmplătoare. Unul dintre oamenii de marketing ai LV, care joacă rolul de ghid în turul nostru, ne explică și resorturile acestei decizii: „Artizanii noștri au nevoie de timp, dar clienții noștri nu au timp să aștepte, așa că încercăm să optimizăm pe cât posibil partea logistică”. Sau, altfel spus, dacă realizarea unei perechi de pantofi bărbătești poate dura, cap-coadă, chiar și aproximativ șase ore, un interval ce nu poate fi scurtat în vreun fel, compania trebuie să se miște cât mai rapid înainte (prin gestiunea materiilor prime) și după (prin distribuție). Sistemul de nume și culori pare să fi înlesnit funcționarea aceluși „mecanism bine-uns”, de vreme ce și până de depozitul de materiale beneficiază de un nume de botez. Turul începe cu Alma, atelierul de încălțămintă pentru femei, unde primul pas îl reprezintă tăierea materialelor. Chiar dacă brandul prețuiește conceptul de „handmade”, unele materiale nu pot fi tăiate cum trebuie de mână, așa că artizanii folosesc aparate speciale. „Există tipuri de piele care se taie mai bine de mână, iar altele unde precizia nu are cum să fie mai bună decât a unui dispozitiv high-tech”, explică ghidul nostru. „Nu vrem să ne cramponăm de ideea de handmade în defavoarea rezultatului final”. Tocmai de aceea, la unele etape ale procesului tehnologic măiestria artizanului constă în ajustările de finețe ale aparatului, astfel încât procedura să iasă perfect. În total, realizarea unei perechi de pantofi include peste 200 de operațiuni diferite.

Al doilea pas, fixarea materialului de talpă prin cuișoare speciale, nu se face decât manual, iar imaginea este una cel puțin pitorească: artizanul ia un pumn de cuișoare, le duce către buze ca și cum ar fi un pumn de alune sau bomboane și, cu gura plină, scoate pe rând câte un cuișor, bătându-l în talpa pantofului cu un ciocan special. Deși pare aproape periculos, orice specialist ne-ar lămuri că este un gest născut dintr-o necesitate funcțională: este singurul mod prin care artizanul poate avea ambele mâini libere, pentru a ține pantoful și respectiv ciocanul special. Mergând



de-a lungul circuitului de producție, la următorul pas ne întălmim cu ceea ce îmi seamănă suspect de mult cu deja-celebrele borcane de miere dăruite de către Louis Vuitton în 2011 colaboratorilor apropiați și familiilor acestora (mierea fiind obținută direct din stupinele amplasate strategic pe acoperișul sediului Louis Vuitton din Paris). Deși identice ca formă, borcănele LV nu conțineau miere, de această dată, ci clei de cizmărie, cu care artizanii lucrează grijuliu și milimetric.

După câteva ore petrecute în atelier, mi-am dat seama ce este cu adevărat straniu și neobișnuit în acest univers Louis Vuitton. Nu sculpturile din capace de oale, nici atmosfera de „farmacie” care domnește chiar și în cotloanele în care se desfășoară operațiuni ce implică borcănele cu uleiuri, vopsele și alte amestecuri misterioase. Nu, elementul cu care un jurnalist grăbit și mereu pe fugă ca mine are nevoie de timp să se obișnuiască este... calmul. Răbdarea. Mișcărilor lente cu care artizanii își realizează operațiunile. Imaginați-vă gestul întoarcerii atente a unui pantof pe toate părțile, apoi descompuneți mișcarea în zece mișcări intermediare, împărțind-o pe fiecare dintre acestea la încă zece. Artizanii se mișcă într-un ritm al lor, deprins în luni și ani de muncă, pentru că fiecare mișcare grăbită ar putea însemna o greșeală: o pereche de pantofi scumpi compromisă și șase ore de muncă aruncate la gunoi. „Aici nu greșim”, îmi explicase ghidul și, chiar dacă am ridicat din sprâncene inițial la o asemenea declarație de... perfecțiune, m-am lămurit rapid că oamenii de aici chiar sunt construiți altfel. S-au calibrat singuri în mecanismul răbdării și al muncii făcute pe slow-motion, verificând simetria și geometria fiecărei perechi de pantofi, suficient de rapid cât să nu depășească

timpii de lucru, dar suficient de lent cât să nu greșească. Cea mai mare scamatorie dintre toate.

Trecând către atelierul unde se produce încălțămîntea bărbătească, zgomotul devine mai puternic dar, paradoxal, și concentrarea pare mai mare. Într-un colț al atelierului, la o masă scundă ce nu-mi mai amintește de Cenușăreasa, ci mai curând de „Albă-ca-Zăpada și cei șapte pitici”, stau doi bărbați în toată firea, aplecați asupra câte unui pantof. Cel mai în vârstă, îmi șoptește ghidul, vine din Toscana și este unul din ultimii trei artizani ai lumii care mai cunosc meșteșugul „cusăturii norvegiene”, tehnica de finisare a pantofilor bărbătești sub forma unei cusături ce seamănă cu o împletitură. Pentru realizarea ei, se lucrează aproape două ore la fiecare pantof, totul fiind realizat prin forța mâinilor. Dincolo de aspectul estetic, cusătura norvegiană permite înlocuirea tălpii, în momentul în care aceasta din urmă se uzează. Scaunelele miniaturale pe care se află bărbații au și o explicație: grație lor, pantoful poate fi poziționat între genunchi, pentru ca artizanul să poată lucra nestingherit cu acul imens de cizmărie prin care realizează cusătura. Deși pare foarte incomod, în momentul în care cei de la Louis Vuitton au adus în discuție ideea unui nou tip de mobilier, mai ergonomic, artizanul s-a supărat și a amenințat că se întoarce în Toscana. „Aceasta este poziția în care se lucrează cusăturile, așa am învățat de la tatăl meu, care a învățat de la tatăl lui și tot așa”, ne explică artizanul. „Iar acum îl învăț și eu pe Piermario”. Pe celălalt scaun miniatural, Piermario se luptă și el cu aceeași cusătură norvegiană. Nu sunt tată și fiu, deși există și asemenea relații de rudenie la Fiesco d'Artico. „Avem aici membri ai aceleiași familii, dar de obicei nu lucrează în



MAI EXISTĂ DOAR **TREI ARTIZANI** ÎN ÎNTREAGA LUME CARE STĂPÂNESC LA PERFECȚIE TEHNICA DE REALIZARE A **CUSĂTURII NORVEGIENE**

cadru același atelier“, îmi explică ghidul. Mergând în continuare pe linia procesului tehnologic, ajungem la partea în care talpa pantofului proaspăt-asamblat este vopsită, manual, într-o culoare ce seamănă cu nuanța vinetei. Culoarea consacrată a LV pentru tălpile pantofilor bărbătești.

De fapt, la Fiesso totul vorbește, răspicat sau subtil, despre pantofi. Pe lângă sculpturile care decorează curtea interioară, atelierul mai adăpostește și o mini-biblioteca și respectiv un mini-muzeu, ambele dedicate pantofilor. Cea mai mare parte a exponatelor a fost strânsă de-a lungul timpului de către însuși CEO-ul Yves Carcelle și include o varietate de tipuri de artă: de la o pereche de pantofi Azzedine Alaïa realizați din bronz de un artist francez până la creații fotografice semnate Jerome Brezillon (cum ar fi un copac imens, de crengile căruia atârână pantofi) ori schițe de pantofi realizate de Andy Warhol și Ralph Pomeroy, completate cu câte un citat amuzant („To shoe or not to shoe“, „Pantoful meu este și pantoful tău“ sau „Atinge un pantof și o să-ți meargă bine toată ziua“). În cea mai mare parte a timpului (dar, din păcate, nu și la momentul vizitei mele), Fabrizio Viti, designerul liniilor de încălțăminte Louis Vuitton, se află la Fiesso, supervizând producția și efectuând modificări de finețe la unele detalii ale pantofilor. Mai mult chiar, majoritatea ședințelor legate de marketing și creație au loc tot aici, în Fiesso d'Artico. Și, pentru că puține lucruri au mai rămas de făcut sau de încercat în 158 de ani, noul bastion al luxului îl reprezintă personalizarea. Nu mai este suficient să porți o pereche de pantofi făcuți manual de un artizan, ci contează să știi că acea pereche a fost creată cap-coadă special pentru tine. În spatele măsuței scunde la care lucrează specialistul în cusături

norvegiene se află expuse mai multe tipuri de piele, de cusături și de posibile finisaje. Începând de anul trecut, Louis Vuitton oferă în magazinele din Milano, Shanghai și Sidney serviciul personalizat pentru pantofi „Made to Order“, prin care clientul (deocamdată este exclusiv un serviciu bărbătesc) poate alege din șase modele diferite, patru tipuri de tălpi, trei finisaje interioare diferite, opt tipuri de piele și, respectiv opt nuanțe diferite, obținute printr-o tehnică specială de patinare manuală. Mai mult, inițialele posesorului pot fi gravate discret în interiorul pantofului, ca și pe cureaua asortată care, la rândul ei, poate fi selectată din două grosimi diferite și patru tipuri de paftale. Ambasadorul noului serviciu este Luchino Visconti di Madrone, producătorul documentarului „Handmade cinema“, realizat de către jurnalista Laura Delli Colli și de către regizorul Guido Tortonia (cu sprijinul Louis Vuitton). Filmul vorbește despre artizanii cinematografeii italiene și măestria lucrului de mână transmis din tată-n fiu, fie că este vorba despre decoruri de film, costume sau orice alt element secundar (dar esențial) care face parte din angrenajul unui film memorabil. „Nu m-am simțit niciodată ca un artist“, afirmă în documentarul lui Luchino Visconti sculptorul Gianni Gianese, cel care a lucrat cu Federico Fellini pentru „Și corabia înainteaș“ și „Orașul femeilor“. „M-am simțit mereu ca un artizan“. Același răspuns l-ar da, cu siguranță, și bătrânul meșteșugar toscan teleportat în „cutia de pantofi“ high-tech din Fiesso d'Artico. Arta lui se face cu acul și ața de cizmărie și, mai ales, cu răbdarea de a sta aplecat, ore în șir, asupra aceleiași perechi de pantofi purtând monograma unui client din celălalt colț al lumii. Cu suflet și emoție. Supremul lux al vremurilor noastre. ■