



«Made in Tuscany» al cento per cento

Produttrice di scarpe uniche e personali nell'originalità della forma e nell'abbinamento dei colori, la Fratelli Borgioli è un esempio di made in Italy apprezzato in tutto il mondo che punta sulla qualità e personalizzazione del servizio per affrontare il futuro

Il nostro lusso è fatto da aziende di grande tradizione che, con i loro prodotti, ci hanno fatto conoscere in tutto il mondo. È il caso del calzaturificio dei Fratelli Borgioli, nato a Vinci nel 1946 e diventato rapidamente punto di riferimento dello star system maschile italiano e internazionale. Declinate in quattro linee (Sport per chi ama modelli casual, Exclusive per chi non si accontenta, Elite per chi ama l'eleganza e Classic per i più tradizionalisti) le scarpe Borgioli si presentano uniche e personali nell'originalità della forma e nei colori sapientemente accostati tra di loro. Frutto di tradizione, riconoscibile nella cura dei dettagli e nelle cuciture fatte a mano e di un innegabile spirito di contemporaneità, queste scarpe «made in Tuscany» al cento per cento hanno saputo conquistare un pubblico di eccellenza. Attori di fama internazionale come Brad Pitt e George Clooney, personaggi del mondo dello spettacolo come Carlo Conti, Panariello e dello sport come Ronaldo non sono rimasti insensibili alla qualità e ricercatezza di queste scarpe.

Una tradizione arrivata alla terza generazione

Ma facciamo un passo indietro per raccontare la storia di questo fiore all'occhiello per il «made in Italy». Il calzaturificio Fratelli Borgioli comincia la sua attività nel 1946 a Vinci, per merito dei due fratelli Renè e Valerio Borgioli; il primo era appena rientrato dalla Germania, dove era stato deportato durante la guerra e poi si era guadagnato da vivere facendo il calzolaio. I due fratelli lavoravano all'epoca in un piccolo laboratorio, ancora oggi visitabile, dove si alternavano tra il lavoro e la consegna, in bicicletta, alle botteghe di Firenze. Con il passare degli anni ai due titolari si sono affiancati alcuni operai e la bottega ha assunto quindi i connotati di calzaturificio. Negli anni '80 entra in azienda la seconda generazione Borgioli, Urbano e Alfredina, e con loro si allargano i confini di vendita dalla Toscana all'Italia e poi anche al resto d'Europa. Dal punto di vista del lavoro, rimane inalterata l'artigianalità delle lavorazioni, ma si inseriscono nuovi macchinari che consentono di raggiungere elevati livelli qualitativi. Bisogna arrivare al compimento dei 60 anni di attività per avere l'inserimento della terza generazione: Giacomo Fioravanti, figlio di Alfredina, che oggi segue il campionario, la produzione, gli ordini ai fornitori, oltre a occuparsi di marketing; Soriano Borgioli, figlio di Urbano, responsabile invece della produzione realizzata dalla Fratelli Borgioli per alcuni importanti brand internazionali. Con la loro entrata, l'azienda si rivolge sempre più al mercato



Da sinistra: Giacomo Fioravanti e Soriano Borgioli, la terza generazione del calzaturificio Fratelli Borgioli

I modelli si rinnovano grazie al continuo lavoro di ricerca sulle nuove tendenze moda



Indiscutibili punti di forza del marchio Borgioli sono la scelta dei materiali e la perfezione delle lavorazioni



Frutto di tradizione, la calzatura Fratelli Borgioli è riconoscibile nella cura dei dettagli e delle lavorazioni

estero, anche se si consolida la presenza del marchio nei migliori negozi italiani. «Il nostro calzaturificio – spiega Giacomo Fioravanti – realizza scarpe da uomo di fascia alta destinate per il 60% al proprio marchio e per il restante 40% prodotte per conto di importanti brand di fama internazionale. La produzione di scarpe che porta il marchio Borgioli viene venduta in Italia (40%) ma ancora più all'estero (60%), prevalentemente in Europa e soprattutto in Olanda, anche se siamo presenti in mercati extraeuropei come la Cina, il Giappone, la Russia e la Turchia».

Il classico arricchito di un tocco di modernità

Quali sono le particolarità che contraddistinguono le calzature Borgioli? «Storicamente, – spiega Fioravanti – la nostra produzione è legata al concetto di scarpa classica artigianale, che noi cerchiamo sempre di arricchire di un tocco di modernità con una ricerca continua sulle nuove tendenze in fatto di moda. Oggi come oggi, infatti, sono i particolari che fanno la differenza e che ci permettono di presentarci sul mercato sempre con qualche spunto innovativo». Indiscutibili punti di forza del marchio Borgioli sono sicuramente la scelta dei materiali e la perfezione delle lavorazioni. «I materiali che utilizziamo – precisa Fioravanti – sono tutti di prima qualità. Dopo 60 anni di esperienza è stata fatta una selezione accurata dei fornitori e ci approvvigioniamo solo da quelli che ci garantiscono un ottimo prodotto da tutti i punti di vista, che poi noi verifichiamo sottoponendolo a test di tenuta e di rispondenza alle leggi internazionali per la salute dei consumatori. Le nostre scarpe sono fabbricate interamente in Toscana, all'interno del nostro laboratorio, eccetto

PENSANDO AL LUSSO MA ANCHE ALL'ECOLOGIA

I clienti della Fratelli Borgioli possono ora contare su un esclusivo packaging che prende il nome di Luxury Box. La confezione, rifornita solo su richiesta nelle più esclusive boutique d'Italia, consiste in una scatola in legno realizzata a mano, con l'interno rivestito in raffinato velluto. La scatola, oltre ad accogliere le scarpe, contiene una formella in legno di cedro, una cintura abbinata al modello di calzature, ma anche la ceretta e la

spazzolina che servono alla loro manutenzione. Borgioli ha però pensato anche al packaging ecologico e riutilizzabile per i suoi modelli di scarpe più sportive. Il calzaturificio toscano ha infatti lanciato sul mercato una nuova idea di confezione per calzature: non più la consueta scatola fondo/coperchio, ma una confezione a cassetto estraibile, rigorosamente made in Italy, elegante, pratica e riutilizzabile.

Lo Shoeskit (questo il nome della confezione) è realizzato interamente in cartone 100% riciclato e con vernici ecocompatibili. Grazie a una semplice maniglia, la scatola si trasforma in un pratico shopper, eliminando così uno degli imballi; e poi la si può utilizzare anche in casa perché la si può impilare una sopra l'altra e si comporta come una cassettera.

«Luxury box», la scatola di legno realizzata per accogliere le scarpe Borgioli



alcune fasi di lavorazione che facciamo realizzare da fornitori situati comunque nel raggio di 20 chilometri di distanza. La qualità delle lavorazioni è garantita dall'impiego di manodopera specializzata, coadiuvata però da una tecnologia che aiuta a mantenere elevati standard qualitativi e che è fonte d'attrattiva nei confronti dei giovani che purtroppo si stanno sempre più allontanando da questo mestiere». Un'ulteriore prerogativa tenuta molto in considerazione alla Fratelli Borgioli è il livello di comfort che una scarpa di qualità deve saper garantire. «Il comfort – sostiene Fioravanti – è uno degli aspetti più importanti per le nostre scarpe. La creazione di una forma nuova è infatti la parte del lavoro più laboriosa e difficile, in cui concentriamo tutti i nostri sforzi per far coincidere gli aspetti estetici con un buon livello di comodità. Dopotutto, anche se il consumatore viene dapprima attratto dalla bellezza del modello e delle lavorazioni, un cliente è davvero acquisito solo quando si trova bene con le nostre calzature perché è comodo».

Presente e futuro si giocano sul servizio

Chiediamo al nostro interlocutore su quali aspetti la Fratelli Borgioli stia lavorando per rendere le proprie calzature al passo con le esigenze del mercato e degli utilizzatori finali. Ecco la risposta di Fioravanti: «Stiamo lavorando molto sul servizio al cliente, per ridurre ulteriormente i tempi di consegna. Visto che il nostro prodotto è interamente «fatto in Toscana», questo ci permette di avere un controllo diretto su tutte le fasi e una diminuzione dei tempi di processo. Va però considerato che ogni singolo paio viene messo in lavorazione solo su ordinazione e che ci sono clienti che richiedono ancora modelli campionati più di dieci anni fa». La strategia commerciale della Fratelli Borgioli si basa sulla vendita attraverso il canale del retail, scegliendo tra i più prestigiosi nego-

zi di calzature e boutique di abbigliamento. «Non passiamo attraverso grossisti e nemmeno importatori – precisa Fioravanti – perché altrimenti tutto il servizio rischierebbe di andare perso se mettiamo troppi interlocutori tra noi e il cliente finale. Preferiamo invece un rapporto diretto con il negoziante, in modo da recepire come stanno andando le vendite e organizzarci di conseguenza». E come la pensa Fioravanti in merito alla tracciabilità dei prodotti come mezzo per qualificare e distinguere il «made in Italy» e per difenderlo dal fenomeno della contraffazione? «La tracciabilità dei prodotti – dice Fioravanti – è sicuramente un buon metodo per qualificare il made in Italy, anche se non so quanto possa servire per combattere la contraffazione. Sicuramente darebbe una giustificazione alle differenze di prezzo che spesso si vedono nei negozi per prodotti apparentemente quasi uguali. Sul prezzo influisce sicuramente il paese di origine della materia prima e anche quello delle lavorazioni. Dovremmo inoltre fare più formazione sui consumatori che hanno un po' perso la cultura della buona scarpa, tanto che gli unici criteri di scelta sembrano ormai diventati il look e il prezzo». Ciononostante, Fioravanti è fiducioso sul futuro delle scarpe italiane, anche se piuttosto critico rispetto alle scelte di certi colleghi. «Le scarpe italiane nel mondo – sostiene Fioravanti – hanno sempre avuto un ruolo importante e penso che lo avranno anche nel futuro. Lo stile italiano e il gusto per la moda penso non ci possa essere «copiato», se non da altri italiani che, per ragioni di profitto, stanno spostando il loro business all'estero. Per quanto ci riguarda, la nostra ricetta per affrontare il futuro è quella di garantire un servizio sempre più mirato e personalizzato al cliente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA