

Un mito non si crea dal nulla come nelle favole, ma si costruisce nel tempo grazie al duro lavoro e alla passione, al buon gusto e alla cura dei dettagli, alla qualità dei prodotti e delle tecniche, ma soprattutto alla sapienza artigianale permeata dai valori forti dell'eccellenza made Italy, dove l'ideale della Bellezza assoluta di matrice rinascimentale è il cuore pulsante e lo spirito-guida.



René Caovilla- courtesy Caovilla

Tutti questi ingredienti sono solidamente presenti, in effetti, nella storia di un'azienda iconica come **René Caovilla**, fondata nel 1923 a Fiesso d'Artico (VE) da **Edoardo Caovilla** e portata avanti dal figlio Renè, ancora oggi al vertice della maison nota in tutto il mondo per le sue calzature-gioiello: oggetti di culto per le donne più eleganti e sofisticate, pezzi d'arte che sono un concentrato di creatività e maestria manifatturiera tali da meritare uno spazio in strepitosi guardaroba reali e prestigiosi musei (persino al MoMA di New York) e da conquistare le passerelle dei più grandi stilisti, da Valentino a Chanel, da Christian Dior a John Galliano.

Oggi il brand Caovilla, che è il più antico al mondo nel settore, è presente con le proprie esclusive boutique nelle vie più blasonate del globo, è cresciuto dimensionalmente, strutturalmente e managerialmente, aprendosi a nuove modalità di vendita (e-commerce) e differenziando la produzione calzaturiera, seppur sempre all'insegna della sensualità e del romanticismo, con un tocco contemporaneo: così a fianco di creazioni da sogno come i principeschi sandali incrostati di gemme e al leggendario modello Cleo con il cinturino spiraliforme alla caviglia (ispirato ai bracciali a serpente del mondo classico), troviamo

sneakers e comode calzature flat. Immutata resta la raffinatezza...

In questa intervista il **cav. René Caovilla** ci racconta come la sua azienda sta evolvendo...
restando fedele a se stessa.

Quali sono i caratteri distintivi delle calzature Caovilla che le rendono esclusive?

Le calzature Caovilla sono contraddistinte da artigianalità e qualità. Artigianalità perché ogni scarpa è fatta a mano dai nostri artigiani nella fabbrica di famiglia, qualità perché siamo un marchio di lusso "colto" che privilegia la cura dei dettagli al fine di soddisfare al meglio le nostre clienti.

Le ultime collezioni quali peculiarità estetiche e tecniche presentano? Su quali nuovi prodotti sta puntando?

La nostra ultima collezione FW 21- 22 presenta rivisitazioni di sandali iconici che accompagnano il nuovo immaginario del brand con sperimentazioni di lavorazioni e forme inedite.

Per questa stagione abbiamo deciso di puntare su modelli più daily, come i nostri anfibi che definiscono il codice espressivo di una donna giovane e dinamica, ma che non rinuncia al suo aspetto glamour.

La produzione è tutta concentrata a Fiesso d'Artico?

Sì, la nostra fabbrica è interamente concentrata a Fiesso d'Artico, dove generazioni di artigiani lavorano insieme per dare forma ai nostri oggetti d'arte chiamate scarpe.

Il design com'è organizzato? E' accentrato in un'unica sede o esternalizzato?

Il team dell'ufficio stile, come la produzione, si trova interamente nella nostra azienda, a
Fiesso d'Artico.

Secondo Lei, il settore calzaturiero d'alta gamma ha ancora un potenziale elevato?

Quali mercati si stanno aprendo?

Assolutamente sì, con uno sguardo rivolto più alle esigenze di oggi quindi pensando sempre più anche alla fascia di calzature che riguardano il daily, sicuramente il potenziale è sempre alto. I mercati cinesi e americani si stanno riprendendo e abbiamo incrementato il nostro e-commerce.

Chi sono i migliori clienti di Caovilla ieri e oggi? Ci racconta un aneddoto?

Le nostre migliori clienti sono sicuramente donne sicure di sé, donne alla ricerca di un prodotto che le faccia sentire speciali ed uniche.

Come viene alimentato il "sogno"?

Le nostre creazioni alimentano i sogni e i sogni non si fermeranno mai. Il nostro massimo impegno nel realizzare "Oggetti d'Arte Chiamati Scarpe" continuerà con una più attenta ricerca.

Mi auguro come abbiamo fatto fino ad oggi di continuare ancora meglio nel cercare con armonia ed entusiasmo di costruire sogni per donare momenti di felicità.

**Di fronte alle sfide dell'innovazione e della crescita, che atteggiamento nutre:
timore o apertura?**

L'artigianato da solo non è sufficiente oggi. L'innovazione e le nuove tecnologie sono diventate la pietra angolare della continua evoluzione di Rene Caovilla e per questo motivo

abbiamo lanciato il nostro nuovo sito di e-commerce e abbiamo ampliato la nostra presenza nelle piattaforme di vendita online come Tmall. Quindi il nostro atteggiamento, e credo anche quello dei miei colleghi, in questo momento, deve essere di apertura.

Le piacerebbe avviare una nuova avventura imprenditoriale nel mondo del lusso, sempre col brand Caovilla?

Mai chiudersi nessuna porta, non si sa cosa ci può riservare il futuro!

Come e quanto la crisi da Covid-19 ha inciso sulla Sua realtà aziendale?

La pandemia ha colpito tutte le realtà del lusso creando delle perdite ingenti, non ha risparmiato nessuno. Nel primo semestre le nostre vendite sono leggermente calate. Comunque, ho fiducia che d'ora in poi le cose andranno bene e sono molto positivo considerando la ripresa dei mercati asiatici.

Quali sono i tratti del nuovo corso che ha avviato con un deciso rinnovamento manageriale? Quali diversi traguardi si pone?

Come prima cosa è stato nominato un nuovo Consiglio di Amministrazione, inoltre abbiamo riorganizzato l'ufficio stile con l'aiuto di un collaboratore esterno che ha ampliato le funzioni d'uso dei nostri prodotti portando una nuova freschezza nella collezione nel rispetto del nostro DNA.

Oltre alla ristrutturazione di alcune nostre boutique il brand ha stretto nuovi accordi di distribuzione selettiva sul mercato Wholesale ed ha sviluppato nuovi canali digitali.

