



Alexa Wagner

"IL MIO SOGNO? CAMBIARE LA VITA ALLE DONNE"

di Caterina Zanzi

Origini in Germania, produzione in Italia. Rigore tedesco, qualità italiana. Su questi binomi si fonda il business di Alexa Wagner che, con l'omonimo brand di calzature, ha voluto dare voce alla propria creatività. Dopo sette anni di lavoro e qualche soddisfazione (la più grande, essere distribuita da Barneys), un solo rammarico: ancora pochi riscontri positivi dall'Italia. Aspettando il momento giusto, intanto, la designer pensa a nuovi mercati e a perseguire il suo desiderio: trasformare le donne.



La sua formazione è tutta economica. Come riesce a conciliare business e arte?

È vero, non nasco certo come creativa, la mia storia ha inizio dai numeri. Ho studiato Economia nella mia città d'origine, Stoccarda, e da lì ho iniziato a lavorare nell'area commerciale per alcuni marchi della moda. Eppure, sono felice di avere alle spalle un solido background finanziario. Per chi lancia un proprio business è fondamentale saper fare bene i conti, conservare un approccio pratico, avere la consapevolezza non solo di cosa è bello, ma anche di ciò che può essere indossato. Serve concretezza, oltre al buon gusto.

Da dove è nata l'idea di creare un marchio di calzature?

È un sogno che appartiene alla mia infanzia: è da quando ero piccola che volevo una linea di scarpe tutta mia. Avere una nonna il cui armadio era un piccolo tesoro ha alimentato la mia passione giorno per giorno, fino a che mi sono buttata. Nei negozi mi capitava di vedere solo scarpe che non mi piacevano, anche da parte di stilisti che avevo sempre ammirato e comprato. Volevo indossare qualcosa di raffinato e sentivo che valeva lo stesso per tante donne: allora mi sono detta "perché non disegnarle io?".

E così ha lasciato il suo impiego per scommettere tutto sul suo brand...

Una scelta non facile, ma quasi obbligata. Dopo tanti anni nel mondo della moda, così velo-

ce da rischiare di inghiottirti, mi sono presa un momento per riflettere, rallentare, sondare in profondità i miei desideri. Così, nel 2004 ho lanciato la zero edition della mia linea AlexaWagner. Da lì, sono arrivate tante soddisfazioni, prima tra tutte quella di vendere da Barneys.

Come trova l'ispirazione per le sue creazioni?

L'ispirazione è un suggerimento che parte dalle pelli, dalla loro consistenza, dai colori. Non appena le guardo o le tocco penso subito a come potrebbero essere trasformate: è un attimo, e accendono la mia creatività. Per questo giudico la qualità un requisito fondamentale. Produco tutto in Lombardia, vicino a Parabiago, e non potrebbe essere altrimenti. Questa zona è il massimo per quanto riguarda la qualità e i colori, ma anche per i servizi offerti. In questo sono molto tedesca, per me un'organizzazione rigorosa è indispensabile.

Le sue scarpe dove riscuotono il maggior successo?

Il 70% del mio mercato è negli Stati Uniti, la parte restante si divide tra Europa e Far East. Le donne americane mi danno una soddisfazione enorme, capita che mi fermino per strada. Sono donne entusiaste e hanno un gusto individuale non standardizzato, quasi non condizionabile.

In Italia però non ha ancora nessun cliente dopo 7 anni di attività...

Purtroppo la realtà italiana non è lontanamente paragonabile a quella statunitense nel mio caso. Ma non mi scoraggio, e sono solita ripetermi che quando arriva il tuo momento, arriva., bisogna credere sempre in quello che si fa: dopotutto, Christian Louboutin ha impiegato anni per essere dove è ora! Inoltre, credo fortemente nel made in Italy, un biglietto da visita importante a livello internazionale. Nel futuro prossimo spero di poter accontentare le donne italiane, da sempre un punto di riferimento in fatto di eleganza.

Progetti per il futuro?

Nonostante il mio prodotto sia di nicchia, miro ad ampliare il mercato fino ad arrivare al maggior numero di donne possibili. Vede, le calzature hanno questa capacità di trasformarti, di farti diventare sicura, di rendere palpabile la tua bellezza interiore. Un uomo questo non potrà mai capirlo, ma tra donne ci intendiamo: per questo con le mie scarpe sogno di cambiare la nostra vita.

ABOUT BONAUDO



Alessandro Iliprandi

Ricerca, innovazione, continuità, risorse umane e prodotti che coniughino stile e performance. Sono questi i cardini della filosofia di Bonaudo, conceria con alle spalle 90 anni di tradizione, guidata dal 1994 da Alessandro Iliprandi. Specializzata nella produzione dei grandi classici della tradizione conciaria italiana destinati ai marchi del lusso e dello sportswear, l'azienda da sempre investe fortemente nel made in Italy e nella creatività, alla ricerca costante del bello. E proprio al fine di perseguire la propria mission aziendale, la realtà con sedi produttive nelle province di Milano, Verona e Firenze ha instaurato un fruttuoso dialogo con le arti, perché è dalla ricerca del bello che nasce il nuovo.

www.bonaudo.com