



Paven går i Geox

Aversioner fører sjældent til noget godt. Men for Mario Moretti Polegato blev hans modvilje over for fodsved inspirationskilde til Italiens mest lukrative skofirma, som har fået en hær af prominente tilhængere. Af Camilla Alfthan Foto: Pia Tryde

Det italienske skohåndværk har altid stået for noget ganske særligt. Men i takt med den stigende globalisering, hvor kinesere laver kvalitetssko til det halve af prisen, har de stolte traditioner mistet noget af deres glans.

Hvis Italien skal fortsætte med at være fremme i skoene, handler fremtiden derfor om komfort og teknologi, mener Mario Moretti Polegato, som står bag mærket, Geox – skoen, der kan ånde.

Forleden var han i Davos i Schweiz for at fortælle om sit lille mirakel i et panel med bl.a. Bill Gates. På kun 12 år er hans virksomhed nemlig vokset til at blive Italiens ledende inden for komfortsektoren med en omsætning på over 600 millioner euro og en årlig gennemsnitlig vækst på 35 pct. – og dét på trods af den stigende konkurrence og en mor, som længe var bekymret for sin alt for kreative lille dreng.

Den 55-årige italiener er nemlig uddannet som ønolog og opvokset i et vindyndy, som er ledende inden for Prosecco-vine. Som arving til Villa Sandi-vingårdene var han derfor i Nevada i 1994 til en vinmesse.

Da han havde fri fra sine møder og ville se Rocky Mountains, skiftede han snøreskindskoene ud med sine sneakers.

»Lige så snart jeg tog dem på, spurgte jeg mig selv, hvorfor jeg altid skal lide, når jeg tager gummisko på. Så jeg tog en kniv og skar huller i sålen, så min fødder kunne få noget luft. Da jeg var hjemme igen, begyndte jeg at undersøge mulighederne for at opfinde skosåler med luftventilation,« fortæller Polegato fra sit kontor i sin norditalienske hjemby, Montebelluna.

Efter flere måneders eksperimenteren i et lille lokalt skoværksted, kom han frem til en speciel, luftventileret membran, som han straks fik patentet i Europa, USA og Kina. Men da ingen af de etablerede skofirmaer troede på konceptet, var han nødt til at grundlægge sin egen skofabrik.

»Jeg fandt fem personer i min fødeby, som jeg gav hver sin nøglestilling i firmaet. Da jeg ikke ville låne penge af min familie, gik jeg til banken for at få penge nok til den første kollektion,« fortæller Polegato, som af samme grund startede forsigtigt med at fremstille sko til børn.

Men succesen var hurtigt hjemme, og efter to kollektioner begyndte han også at lave sko til voksne. Firmaet fik navnet Geox – geo for det græske navn for jord, og x for den vigtige x-faktor, som er teknologi.

Forskning og patenter er nemlig hoved-dna i det unge firma. I de Georg Gearløs-lignende laboratorier, der ligger en etage under Polegatos kontor, tester fodformede dampmaskiner skoens luftcirkulation, mens infrarøde fotos af fodsåler viser, hvor foden sveder mest. Skoene prøveløbes af robotter – hvert par løber uafbrudt i 24 timer med 40 kilo på hvert ben, fortæller en af laboratoriets ingeniører.

Selv om skoene er praktiske, sælges de på chikke shoppinggader verden over – for to år siden åbnede Geox sin første gigantiske flagskibsbutik på Madison Avenue i New York. Med 21 millioner sko om året er Geox vokset til at blive verdens tredje største producent af såkaldte brown shoes med skind, der til dels kommer fra egne kvægfarme i Firenze. Næste skridt bliver at tage kampen op med de store producenter af white shoes, som er branchens betegnelse for sneakers. Og da det vigtigste element i skoene er luft, ser Polegato optimistisk på fremtiden.

»Komfort og hygiejne har aldrig været prioriteret i skodesign. 90 pct. af alle sko er af gummisål. Når 80 pct. af fodens varme kommer fra fodsålerne, skaber det et vist problem,« fortæller Polegato, som stadig har sine hullede gummisko fra Nevada som et minde om firmaets ydmyge begyndelse.

På væggene i hans kontor hænger der indrammede avisartikler og fotos med kendte tilhængere, fra Laura Bush og Bill Gates til Paven i Rom. Pengene er også strømmet til. På magasinet Forbes' liste over verdens rigeste personer figurerer Polegato på en 287. plads med tre milliarder dollars.

Så på mange måder er skofabrikken begyndt at ligne en drømmefabrik. Polegato har lanceret konceptet, Minds That Breath, hvor skoleelever ned til ti år opmuntres til at formulere en kreativ idé, som kunne blive til en forretning – en musik-cd, et teaterstykke eller måske en lille film. Vinderne af de årlige konkurrencer får op til 6.000 euro til at realisere deres idé.

Ifølge Polegato handler det nemlig om at investere i de små grå celler, og tanken er at projektet skal være internationalt. Foruden at han har grundlagt en skole, der underviser i Geoxs teknologier, taler han på universiteter rundt omkring i verden for at opmuntre unge mennesker til at blive entreprenører.

Det var dialogen med studerende, som førte til det næste skridt i Geox; det luftventilerede overtøj, hvor små luftmolekuler forlader kroppen fra skuldrene – kroppens varmeste sted. I dag udgør tøjet fem procent af Geoxs omsætning, og tanken er, at det skal nå op på det halve. I Italien er Geox nemlig blevet et symbol på innovation, hvilket også er Polegatos vigtigste fodaftryk.

»Verden har forandret sig, og kreativitet og foretagsomhed er vores bedste kort for at hamle op med globaliseringen. Mit råd til ungdommen er at opfinde noget nyt og så tage patent på det. Hver gang du forbedrer produktet, tager du patent igen. På den måde sikrer du dig hele tiden imod kopier,« fortæller Polegato. ■

m-s@berlingske.dk



»Hvis Italien skal fortsætte med at være fremme i skoene, handler fremtiden derfor om komfort og teknologi«

