



BELSTAFF PIEL CON FIRMA

SU NOMBRE SABE A CINE, A MOTOS, A VIDA TEMERARIA. LA LISTA DE LAS ESTRELLAS QUE HAN LLEVADO SUS CÉLEBRES CAZADORAS A LA GRAN PANTALLA ES DIGNA DE UN OSCAR HONORÍFICO A LA PRENDA MÍTICA.

TEXTO ALAN D. BAUMANN FOTGRAFÍA CORRADO BONORA

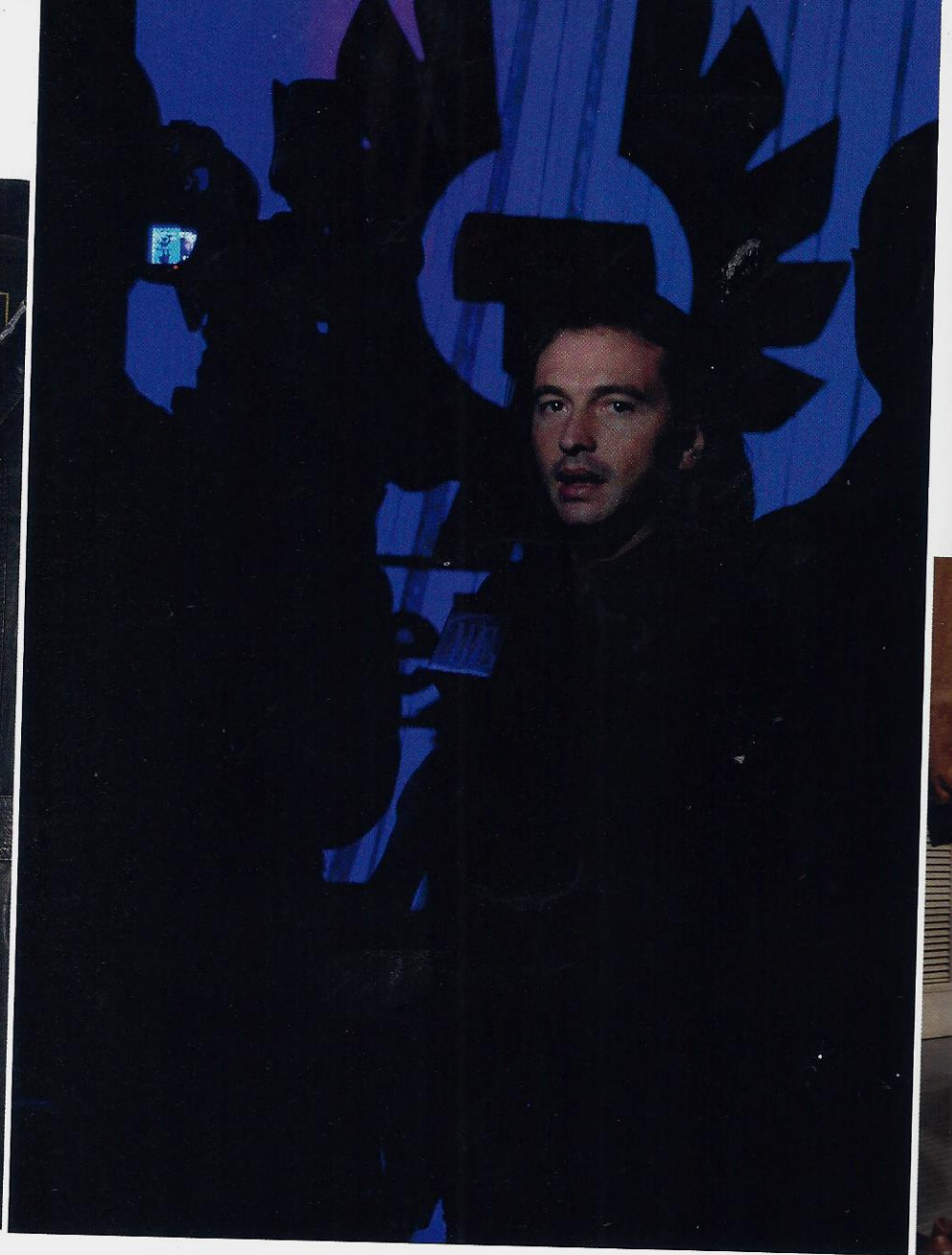
Fundada en 1924 por los británicos Eli Belovitch y Harry Grosberg en Staffordshire, Belstaff fue la primera fábrica de cazadoras del mundo en utilizar el revolucionario "wax cotton" (literalmente, "algodón de cera"), un finísimo algodón egipcio que, tratado con grasas naturales, lo convierte en totalmente impermeable pero sin alterar su excelente transpiración. Una fábrica de cazadoras pensadas, diseñadas y realizadas para protegerse del viento, de la intemperie y de los impactos, en pleno repunte de la industrialización inglesa. Cazadoras para motoristas, aviadores, soldados y, en general, para todos aquellos que, por deporte o por profesión, desafiaban al aire libre. La idea de Belovitch y Grosberg era genial y, de hecho, el éxito de Belstaff fue inmediato. Por lo demás, las cazadoras eran perfectas; y ya se sabe: idea y realización perfectas igual a... leyenda. Así, en 1943 nació la célebre Black Prince

Motorcycle Jacket, la cazadora de moto más vendida de todos los tiempos, producida en su fábrica de Silverdale a tenor de 40.000 al año durante 40 años. Hoy, Belstaff tiene uno de los álbumes de foto de clientes más envidiables del mundo y, desde hace unos años, incluso una doble nacionalidad, como confirma, en Milán, Manuele Malenotti, nacido en Roma hace 33 años y licenciado en Jurisprudencia, responsable de Marketing, Relaciones Públicas y Comunicación de Belstaff, que desde hace unos años dirige junto con su hermano, Michele, y con su padre, Franco Malenotti, el hombre que, en 2004, ha convertido la prestigiosa marca británica en (también) italiana.

El motorista y la cazadora

Gran apasionado de las motos, el diseñador Franco Malenotti conocía Belstaff desde joven. "El sueño de mi padre de trabajar

En la imagen, detalle de tres míticas cazadoras Belstaff fotografiadas en el homónimo Museo, contenido en el showroom de la marca, en Milán.

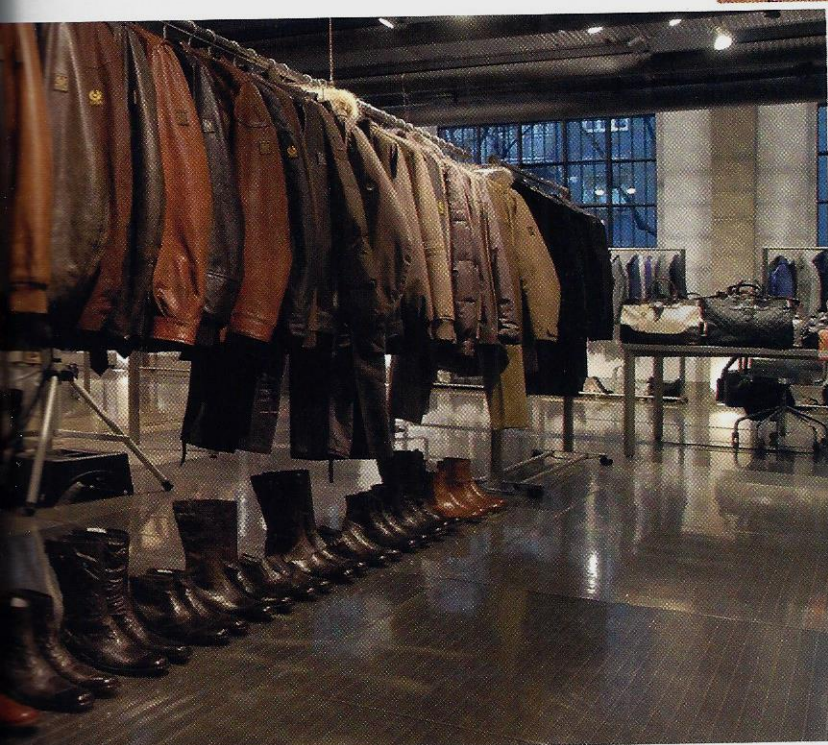


En estas dos páginas, de izquierda a derecha: cazadora 'New Panther'; Manuele Malenotti, actual responsable de Marketing y Relaciones Públicas de Belstaff; bolso 'New Tourbag'; dos vistas parciales del 'showroom' de la marca, en Milán; cinturón Belstaff.

con ellos comenzó en 1986", cuenta Manuele; una pasión debida a buen seguro también al cine, algo que Franco lleva en la sangre, tanto como las motos, pues su padre, Maleno, fue guionista, director y productor de más de 70 películas, entre las que destacan títulos como *La mujer más bella del mundo*, de 1956, con Gina Lollobrigida y Vittorio Gassman. En cualquier caso, el sueño de Franco se cumple cuando, a comienzos de los años noventa, la crisis del sector textil en Inglaterra obliga a la empresa a abandonar su emplazamiento histórico y trasladarse a Wellimborough. Un sueño, al principio, agri dulce, pues Franco Malenotti —que ya había diseñado para las marcas de moto Laverda y Moto Guzzi— consigueser nombrado responsable del diseño de Belstaff, pero de una Belstaff que parece a punto de hundirse. Si bien la unión hace la fuerza la voluntad, el apoyo incondicional

de un grupo de técnicos y de clientes. —entre los cuales está él mismo, gran importador de Belstaff a Italia en esos momentos tan críticos— no sólo salva la empresa, sino que la reflota. En 1994 aparece el Belfresh, un nylon con excepcionales características de absorción y refrigeración, ideal para el calor; y dos años después, el Beltech, un auténtico "sistema de protección" contra intemperies y caídas, que desde entonces bate records y promete hacer historia. Con el objetivo de acelerar su crecimiento, en 1996 Franco Malenotti funda la Clothing Company y el éxito para Belstaff vuelve a ser, por segunda vez en su historia, inmediato. De este surge, en 1999, el primer tejido con protección exterior metálica, el llamado Ironguard; y, en 2000, el primer sistema de protección inteligente, que estabiliza y mantiene la temperatura en cualquier circunstancia. Finalmente, en 2004

LA MAYORÍA DE LOS MATERIALES EMPLEADOS LLEGAN DE INGLATERRA, PERO LA MANUFACTURA ES, DESDE 2004, ITALIANA



la Clothing Company compra Belstaff, que a partir de entonces pasa a tener su sede en Mogliano Veneto, en la provincia de Treviso, en el noreste de Italia.

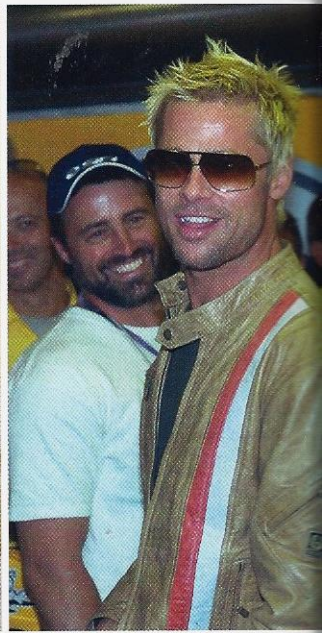
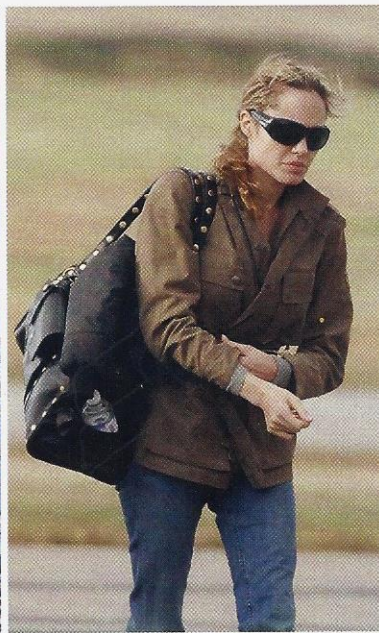
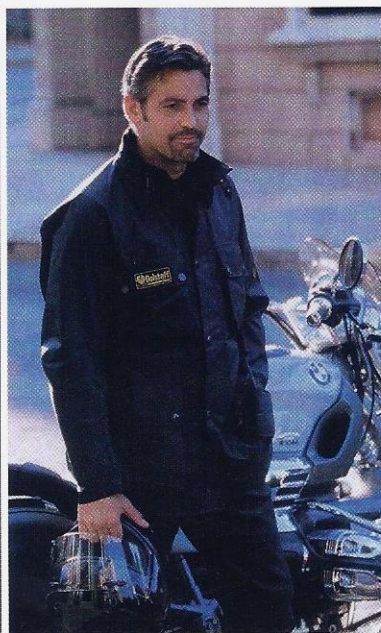
El staff

Belstaff es, hoy por hoy, una empresa de unos 2.000 empleados. La mayoría de los materiales empleados provienen de Inglaterra, pero la manufactura es ahora italiana. Desde su "emigración", los números positivos de la empresa se han incrementado entre el 20 y el 30% al año. En el 2007, Belstaff facturó 100 millones de euros, un 40% más que el año anterior; y Manuele Malenotti asegura que "se prevé un desarrollo vertiginoso para el 2008". El éxito ha estado influido, sin duda positivamente, por el cine, gracias a los muchos actores (desde Marlon Brando en *La ley del silencio* hasta George Clooney en



BELSTAFF EN MADRID

En España, Belstaff está presente desde hace ya ocho años en prestigiosas tiendas multimarca. De hecho, el mercado español constituye para la marca angloitaliana el tercero más importante del mundo. "Tenemos un feeling especial con los españoles", asegura Manuele Malenotti, que conoce muy bien nuestro país. Entre las grandes citas de Belstaff para este año, una será precisamente la apertura, el próximo mes de junio, de su primera tienda monomarca en España, en concreto en la prestigiosa calle madrileña de Claudio Coello. Hasta entonces, sus cazadoras se pueden seguir comprando en numerosas tiendas, a precios que suelen rondar los 1.000 euros. Pero en el gran círculo de los entendidos en Belstaff lo que menos importa es su precio, porque todos aseguran que es una prenda "que dura toda la vida y que nunca pasa de moda". En Internet, todos los comentarios entre intrépidos o "fashionistas" sobre la marca terminan aconsejando cosas como: "Hacerse con una, ya sea una cazadora de cuero, una chaqueta impermeable o cualquier otro producto de la marca, como camisas, pantalones, jerseys, gabardinas... La satisfacción está asegurada". He aquí, pues, que Belstaff resukta ser una marca cuyas prendas son un híbrido de belleza y resistencia, en el que la primera sustenta la segunda y esta alimenta a la primera: dos partes indivisibles de un todo tan complejo (y puede que, por ello mismo, tan legendario) como algunas de las elaboraciones de sus algodones o de las fórmulas de hilos de nylon, cuero, que las generan. En Internet, la dirección de Belstaff es: www.belstaff.com.



Arriba, de izquierda a derecha: Shakira, Angelina Jolie, George Clooney y Brad Pitt, cuatro de los testimonial más admirados de la marca. A la izquierda, Franco Malenotti (en el centro) junto con sus hijos, Manuele y Michele.

menudo los testimoniales se convierten en verdaderos amigos de Belstaff. Algo así está pasando estos días entre Belstaff y el actor George Clooney. Entre ellos se ha establecido una relación muy especial: de hecho, el actor se ha sumado a la iniciativa de Manuele para apoyar a la fundación humanitaria *Not on our watch* y sus proyectos en Darfur, a los que se destina el 20% de los beneficios de la venta de una colección extraordinaria de cazadoras, realizada bajo la supervisión del propio Clooney y con la participación de Brad Pitt: "Se puede hacer negocios y, al mismo tiempo, ayudar a un pueblo en graves dificultades: eso es lo que Clooney y Pitt quieren demostrar. Y los empresarios de la moda deberían utilizar también sus canales para echar una mano a los más desesperados", afirma Malenotti.

Modastaff

Pese a haber ampliado —y con éxito— su horizonte a la moda en general con líneas para hombre y mujer (existe incluso una línea infantil), gafas, zapatos, bolsos, relojes, carteras o cinturones, en estos años la cazadora, en tanto que mítico objeto en constante desarrollo, no ha dejado en ningún momento de ser la auténtica estrella de la casa. En cuanto a sus líneas, Belstaff propone un estilo que, combinando estética y atrevimiento, permite bajarse de la moto y entrar en un salón para asistir a una recepción. Su histórica colección de cazadoras reales, inclui-

PODER BAJARSE DE LA MOTO Y ENTRAR EN UN SALÓN PARA PARTICIPAR EN UN COCKTAIL: HE AQUÍ EL ESPÍRITU DEL ESTILO BELSTAFF

Ocean's Twelve, por no hablar de James Dean, de Steve McQueen...) que han llevado su célebre cazadora. En *El aviador*, Leonardo Di Caprio viste una Master Legend Jacket. Más recientemente, Will Smith, el protagonista de *I am legend*, lleva una cazadora Trialmaster, pantalones Longway Pants, y un bolso Colonial Canvas Bag. En *Eastern Promises*, Naomi Watts lleva una Tripmaster; y en el inminente *Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal*, Harrison Ford llevará una Indy Blouson. Y es tan sólo un listado mínimo, pues el idilio entre Belstaff y el cine es ya tan antiguo que bien puede decirse que es la marca más cinematográfica del mundo. Por lo demás, a



EN 2007, BELSTAFF FACTURÓ UN 40% MÁS QUE EN 2006; MALENOTTI ASEGURA QUE "SE PREVÉ UNA SUBIDA VERTIGINOSA PARA 2008"

das la famosa Belstaff de Steve McQueen, (que la tercera mujer del actor subastó en Nueva York para obtener beneficios para la organización *Make a Wish*) adquirida por Franco al precio de 34.000 dólares; o la Trialmaster que llevaron personajes como Lawrence de Arabia, (que Manuele encontró durante su estancia como estudiante en Cuba) se exhibe permanentemente en el museo contenido en su *showroom*, en Milán; pero también puede verse, virtualmente, en todas las tiendas monomarca que posee, gracias a lo cual es posible visitarla también en Roma, Florencia, Treviso, Londres, Manchester y, próximamente, en Nueva York, Tokio y Madrid.

Como una moto

El hecho de ser una marca que, por naturaleza y por destino, se debe a una constante actualización técnica, tecnológica e investigativa de las materias primas que utiliza -entre las cuales, por supuesto, el algodón sigue teniendo, pese a todos los adelantos de los sintéticos, un papel destacado y privilegiado-, convierte a Belstaff en una marca atípica en el mundo de la moda, ya que sus propuestas son siempre algo más que una tendencia del mundo de la moda o, mejor



dicho, algo además de moda. Piel, cueros, algodones: son todos materiales que, si se asocian a Belstaff suenan, desde el primer instante, a resistencia y a seguridad, pero también a la extraña "garantía" de que, dentro de diez años, serán, si cabe, aún más bellas, pues el tiempo parece surtir un efecto mágico en todo lo que hace esta marca "de cine", históricamente llamada a vivir en un constante... regreso al futuro. ①

En orden de lectura, dos vistas parciales del museo de la firma. Abajo, motoristas de los años 30 con equipo Belstaff antes de comenzar una competición.