

Geleceğin kökleri

Sloganı “zamansız tutku” olan La Scolca modern, yenilikçi ve çağdaş üretim çizgisiyle dünyada pek çok ülkeye hizmet sunuyor. Aile şirketi olan La Scolca'nın dördüncü nesil temsilcisi Chiara Soldati'yle bir araya geldik ve markanın geçmişten bugüne uzanan hikayesine ortak olduk.

Kübra BIÇAK – kubra.bicak@alem.com.tr

1919 yılında Chiara Soldati'nin büyük büyükbabası tarafından satın alınan La Scolca arazisi bugün köklü geçmişle üretimlerini tüm dünyaya ulaştırıyor. La Scolca'nın dördüncü nesil temsilcisi Soldati tarafından yönetilen marka, geçmiş ve geleceği bir arada sunuyor. Soldati markayı “Uzaklara bakmak anlamına gelen ‘La Scolca’; güçlü, yenilikçi, ilerici ancak her zaman geleneğine sadık olan öncü bir seçimi mükemmel bir şekilde temsil etmekte.” şeklinde anlatıyor. Soldati'yle İtalya'nın kültürüne ve bağlarına uzanan keyifli bir sohbet davetlisiniz.

La Scolca'nın dördüncü nesil temsilcisisiniz. Markanın hikayesini sizden dinleyebilir miyiz?

1919 yılında kurulan markamız, 103. yılında ortak bir aile tutkusunun tarihini temsil ediyor. Bir asırdan fazla süren bu büyük tutku, yıllar ve nesiller boyunca aktarıldı. Gavi'yi yaratan, icat eden ve bir bölgeyi zenginleştiren şirketin kimlik ve özgünlük üzerine güzel bir hikayesi bu. La Scolca, üretiminin başlangıcından bu yana, sürdürülebilir bir şirket olma felsefesini kararlı bir şekilde sürdürüyor. Bu yıl Sürdürülebilirlik Sertifikası alan firmamız bu konuda ciddi adımlar atıyor. Uzaklara bakmak anlamına gelen ‘La Scolca’; güçlü, yenilikçi, ilerici ancak her zaman geleneğine sadık olan öncü bir seçimi mükemmel bir şekilde temsil etmekte.

La Scolca arazisi 1919 yılında büyük büyükbabanız tarafından satın alınmış. Böylesi köklü bir arazide üretim yapmak sizin için ne ifade ediyor?

Büyük dedem tarafından kurulan şirketin dördüncü kuşağını temsil ediyorum. Şirketteki işim 1993 yılında başladı. 90'lı yıllar büyük bir hızlanma ve değişim dönemiydi. Küreselleşmenin ve dijitalleşmenin yaşandığı bu dönemde ben de şirketi bu sürece adapte ettim. Bugün şirket dünya çapında 50'den fazla ülkeye ihracat yapıyor. La Scolca, geleceğin köklerini geçmişinde bulan, modern, yenilikçi ve çağdaş bir marka. Tutku,

yola çıktığımız zamankiyle aynı kalırken, uluslararası bir değişim zamanında yeni pazarlara, fırsatlara ve projelere yenilenmiş bir ilgiyle bakmamıza rehberlik ediyor. Şu anda güneş panellerinin kullanımının yaygınlaştırılması, su geri dönüşüm tesisi ve yeni bir paketleme ile enerji sürdürülebilirliği için 2023'te yapılacak büyük bir yatırımın ana hatlarını hazırlıyoruz.

Aile şirketinde çalışmanın artıları ve eksileri neler?

Elbette eksilerinden çok artıları var. Her şey için en zor şey, büyük bir geçmişle uğraşmak. Şirket yaşamının devamlılığında kendi izimi, imzama bırakmaya, daima yeni değer katmaya çalışıyorum. Bu, aile şirketinde çalışmanın en güzel kısmı. Niteliksel olarak gelişmek için kişinin kendi sınırlarını aşarak kendi konfor alanından çıkması, ürün yeniliği için çabalaması ve yeni iş hedeflerine ulaşmak için bir zorlukla yüzleşmesi avantaja dönüşebilir.

Markanızın sloganı ve perspektifi nedir bizimle paylaşır mısınız?

La Scolca'nın sloganı kesinlikle “zamansız tutku”. Bu slogan, ürünlerimizi yaratırken ortaya koyduğumuz tutkudan geliyor. Bu slogan aynı zamanda Cipriani, Novikov, Zuma, Soho House, Mandarin, Four Seasons gibi restoran endüstrisindeki önemli isimlerden, büyük ortaklardan ve elçilerden uluslararası sadakat ve sevgide bulduğumuz bir tutku. Roger Federer, Colin Firth, Tom Cruise'un da arasında olduğu La Scolca ürünlerinin birçok ünlü hayranı var. Kısacası La Scolca; kökenleri, bölgeyi ve dünyadaki birçok elçiyi birleştiren bir tutku.

Çocukluk yıllarında herkes hayaller kurar. Siz geleceğe dair neler düşünüyordunuz o yıllarda?

Her zaman meraklı bir çocuk oldum, hala da öyleyim. Çocukluğumda hasat zamanı mevsimleri yaşıyarak ve tadını çıkararak, bu dünya için büyük bir tutku geliştirdim. Bu yüzden

çocukluğumdan beri hayalim her zaman bu tutkunun dünyasının harika bir yorumcusu olabilmektir. Bunu kelimenin tam anlamıyla bir üretici olarak yaşayabilmek; bu kültürün, aile tarihimizin kararlılık ve özveri elçisi olabilmek en büyük tutkumdur. Bugün bir kadın olarak hayalim bu merakı canlı tutmak. Bunu büyük bir kararlılıkla yaptım ve ayrıcalıklı olduğumu bilsem de bunun kolay bir yol olmadığını söyleyebilirim. Bu yolculuk biraz yokuş yukarı biraz da yokuş aşağı oldu ve olmaya da devam ediyor. Hedefi görünürde tutmak, geleceğe bakmak ve yenilikleri, değişiklikleri şükranla karşılamak her zaman önemli olmuştur. Rüya gibi büyük yolculuklar bizi heyecanlandırıp, şaşırtmakta.

Bu yıl İtalya devleti tarafından “Emek için Liyakat Nişanı Şövalyesi”ne layık görüldünüz. Bu nişan sizin için ne ifade ediyor?

Bu nişan onur ve sorumluluğu ifade ediyor benim için. Kariyerimin başında, oldukça genç bir yaşta bu onura sahip olmak kendime, aileme ve şirkete her gün yaptığım işlere bağlılığımın bir ödülü gibi. Bu nişan o yüzden benim için bir varış noktası değil, bir başlangıç noktası.

Bu nişan çalışmalarınızda hangi sorumlulukları beraberinde getirdi?

Sadece markam ve ürünlerin yetiştiği bölge için değil, aynı zamanda İtalyan kültürünü dünyada temsil ettiğimiz için bu onura layık görülme daha fazla sorumluluğu beraberinde getirdi diyebilirim.

İş dünyasında güçlü bir kadın olmanın kuralları var mı sizce?

Ben liyakat ilkesiyle yetiştirildim. Kararlılıkla çalışarak ve hayatta yüzleşerek sonuçlara ulaşır ve ödüllendirilirsiniz. Kısa yollara ve uzlaşmalara izin verilmez. Ciddi bir hazırlık çalışması, vicdani bağlılık ve nasıl düşüp tekrar ayağa kalkacağınızı öğreten kaçınılmaz başarısızlıklar sizi sürece hazırlar. Elbette iş dünyası, cinsiyetten bağımsız olarak liyakatleri ödüllendiriyor.

