

החברה המשפחתית שצועדת באלגנטיות כבר 86 שנה

רשת הנעליים והתיקים Lafayette Italy שצועדת איתנה עוד מלפני קום המדינה, הפכה ברבות השנים למותג נחשק. גם היום מצליח העסק המשפחתי לשמור על אופי ייחודי ולשלב בין המורשת מבית לבין טרנדים עולמיים, תוך שהוא מספק ללקוחות נעליים, תיקים ואביזרי אופנה המשלבים נוחות, אלגנטיות וסטייל באיכות גבוהה

01 באוקטובר 2024

"נולדתי בשנת 74' לתוך קופסת נעליים", אומר בחיך **שלומי בלס**, מנכ"ל לאפייט איטלי, דור שלישי בענף יבוא נעלי היוקרה, תיקי העור והאביזרים האופנתיים מאיטליה. את החנות הראשונה, ברחוב המלך ג'ורג' בתל אביב, תחת השם "נעלי בלס", ייסד סבו, **ויקטור בלס**, לאחר שעלה ארצה מסוריה. "סבי ז"ל היה נער בן 17 שחיפש לעבוד ולסייע בפרנסת המשפחה", מספר בלס. "הערבית היתה שגורה בפיו והוא רכב על חמור לביירות, שנחשבה אז ל'פריז של המזרח התיכון', כדי להביא את הנעליים הכי טובות שיש". כשהעסק המשיך להתפתח ולהתרחב לקח אביו של שלומי, **רפי בלס**, את המושכות לידיהו והמשיך להזניק את העסק קדימה. "אבי, שיהיה בריא, הוא בחור צעיר בן 73 שעדיין עובד במרץ ומכהן כנשיא החברה", אומר בלס.

לפני 25 שנה צירף רפי לעסק את שני בניו, שלומי ואליק, וביחד המשיכו בהרחבת העסק. כיום מונה הרשת המשפחתית תשעה סניפים ברחבי הארץ, ועוד סניף וירטואלי בדמות אתר הסחר, ומתקרבת לחגיגות ה-90 להיווסדה. לצדו של בלס המנכ"ל, הבן הבכור במשפחה, מכהנים אחיו, **אליק בלס**, כסמנכ"ל רכש, לוגיסטיקה ופיתוח עסקי והאחות, **אליאנה גרוסמן**, כסמנכ"לית משאבי אנוש. שתי אחיות נוספות, לימור ואלינורף אינן עובדות כיום בעסק המשפחתי, אבל הן שותפות לאהבה לנעליים שהוחדרה בכולם מגיל צעיר. "אמנם אני ממנכ"ל ויושב במשרדים, אבל האהבה האמיתית שלי היא ללכת למרלוג, לפתוח קרטונים ולבחון את הנעליים המופלאות", מספר בלס.

החברה, המציגה היסטוריה מרשימה, הן משפחתית והן עסקית, מתמקדת עד היום ביבוא נעלי יוקרה ואיכות מאיטליה המובילה באופנת עילית, וחזונה הוא ליצור מפגש משפחתי ייחודי בין המוצרים, הלקוחות וחברי הצוות, שהפכו גם הם לחלק מהמשפחה. יחד הם מבקשים להמשיך לצעוד בחזית האופנה.

הסנדלר לא הולך יחף

בשנים האחרונות עוברת החברה תהליך רה-אורגניזציה, שנועד לערוך סדר בארגון הוותיק. "ממש כמו הבישול האיטלקי, שדוגל במרכיבים איכותיים בלי להכביר במרכיבים ולסבך את אופן ההכנה, כך גם אצלנו. אנחנו רוצים לפשט את הכול, שהדרך תהיה ברורה וקלה עבור כולנו", מסביר בלס. לאורך השנים, נזכר בלס, היו אתגרים רבים, אך צליחתם התאפשרה הודות להתמקדות בנעליים הטובות בעולם. "בשנות התשעים, כשסין נפתחה לעולם, ענף הייצור בארץ סגר את דלתותיו והחל לייבא את הסחורה מסין", הוא אומר. "אבל אנחנו לא

זזנו ימינה או שמאלה. מאז ומתמיד היה לנו חשוב להביא את כל מה שקשור ליופי ולאיכות, וזה 100 אחוז. "Made in Italy"

מעולם לא "פזלתם" לסין?

"בסין אפשר לייצר הכול, אבל אנחנו, שעבדנו עם ספקים ישראליים בשנות השמונים והתשעים, בחרנו ביצרן האיטלקי וזה השתלם. כשישראל הפסיקה לייצר ועברו לסין, האיכות ירדה משמעותית. כיום אנו מייצרים בבתי חרושת שמייצרים לגוצ', פראדה ואחרים. אנו מקפידים על כל פרט, מהדבקים שמתאימים לאקלים הישראלי ועד לעור איכותי בתוך הנעל לתחושה רכה. רוב המשווקים בארץ משתמשים בעור סינתטי, בעוד שאנחנו מתמקדים בנעליים איכותיות באמת."

כשמדברים על איטליה, אי אפשר שלא להיזכר בתקופת משבר הקורונה. איך צלחתם אותו?

"אני מאמין שמהתקופות הקשות יוצאים דברים טובים, ושכל מצב הוא בבחינת הזדמנות שאתה יכול לבחור לאן לקחת אותה. בתקופת הקורונה מה שהעלה את קרננו היה האתר, שהיה בעל יכולות מכירה עוד לפני המשבר, אך בפועל עסק יותר בתדמית וסיפק הצצה בקטלוג אונליין בעיקר. אבל בזמן שכולם נאלצו לשבת בבית הלקוחות שלנו החלו לרכוש נעליים אונליין וחוונו קפיצה אדירה במכירות, של 700–800 אחוזים. הדבר הזה גרם לנו לפתח את האתר עוד יותר ולהפוך אותו לחנות מן המניין."

אילו עוד ערכים אתם מכניסים לעסק שבניתם?

"אנחנו מודעים לכך שאנחנו עסק של מותרות, ולכן בתקופות של מלחמה, או חוסר ודאות כלכלית, הקשיים מתגברים. עם זאת, אין כמו נעליים טובות לשיפור ההרגשה, ללא שיפוטיות. לכן תמיד נציע חוויית שירות מעולה, בסטנדרט עולמי, בתוספת חמימות ישראלית. המטרה שלנו היא לא רק למכור, אלא לוודא שכל לקוחה תצא מרוצה עם הנעליים שמתאימות לה. כך אנו מבטיחים שהיא תמיד תחזור אלינו לזוג הבא."

"גם בתקופת המלחמה, היה לנו חשוב להירתם ולעזור לקהילה, כולל תרומת חומרי אריזה לעמותות שפועלות באזורים שונים ברחבי הארץ. בנוסף אנו עושים כל מאמץ לא להכביד על הלקוחות בתקופות קשות, ולמרות עליות המחירים והוצאות השינוע שהוכפלו אנחנו סופגים את העלויות, גם אם זה במחיר של ויתור על הרווחיות שלנו."

מסלול חיים מותווה מראש

אחד מהסיפורים המשפחתיים שמספר בלס-המנכ"ל נשמע כמעט דמיוני, ויכול לשמש כתסריט סרט עתידי על המשפחה ועל העסק: "הסבא מהצד השני של המשפחה, מצד האמא, היה יצרן נעליים, וכך יצא שסבא אחד קנה נעליים מהסבא השני והם הכירו זה את זה עוד לפני שההורים נולדו", אומר בלס. כשהיו צעירים אמנם לא היה ביניהם שום ניצוץ, אבל זה ניצת בשנות ה-20 לחייהם. "אבא שלי הגיע עם סבא לקנות נעליים אצל סבא ובמקרה אמא שלי, שעסקה בזמנה באמנות, היתה שם. הוא ראה אותה והציע לה לצאת איתו, ושלושה חודשים לאחר מכן הם כבר עמדו מתחת לחופה", הוא מספר.

הסיפור הזה גרם לך להאדיר את ערך המשפחתיות ולהטמיע אותו כחלק מהחזון של העסק?

"המשפחתיות היא חלק בלתי נפרד מה DNA-של רשת לאפייט איטלי, ומשפיעה על כל

היבט בעסק. האהבה לנעליים ולעסק מניעה אותנו ומשתקפת בכל מוצר שאנו מעצבים, עם התאמה מדויקת לקהל הישראלי — מגובה העקב ועד סוג ההדפס. כל פרט בנעל מבטא את מי שאנחנו ואת הקשר האישי עם לקוחותינו. אליק, אחי, מקפיד לשלב את הצוותים בתהליך הפיתוח והזמנת הדגמים, כדי לייצר נעליים שמדברות בשפתנו אך גם עוקבות אחר טרנדים בינלאומיים. המשפחתיות מורגשת גם בקרב הצוותים שלנו, ותורמת לקשר האישי עם הלקוחות ולשמירה על איכות שירות גבוהה."