

OP BEZOEK BIJ Panama Jack

Patricia Vicente heeft de leiding bij het Spaanse schoenenmerk Panama Jack dat haar vader in 1989 oprichtte. Op het hoofdkantoor in Elche, Spanje, spreken we Patricia over hoe het is om als jonge vrouw de leiding te hebben over een bedrijf dat alleen van één model al 8 miljoen paar heeft verkocht. Patricia is een zelfverzekerde verschijning en verwelkomt ons in het enorme pand waar dit merk is gehuisvest. In de ontvangsthall hangt de eerste, baanbrekende poster waarmee Panama Jack destijds bekend werd. Hierop worden Adam en Eva afgebeeld met alleen een paar Panama Jacks aan hun voeten. Daarnaast is er een grote showroom waar de nieuwe collectie wordt gepresenteerd en staan er allerlei klassieke modellen die zijn versierd door kunstenaars. In deze inspirerende omgeving is het team van Panama Jack hard aan de slag om het merk nog groter te laten groeien!

Sinds wanneer sta jij aan het roer van Panama Jack?

“Zo’n 10 jaar geleden heb ik de leiding over Panama Jack gekregen en werk ik officieel in het bedrijf. Maar van jongs af aan liep ik hier al rond en vanaf mijn puberteit ging ik met mijn vader mee naar alle grote beurzen. Daarnaast kom ik uit een echte schoenmakersfamilie, zowel mijn opa als oma werkten in de industrie. Mijn opa in een fabriek en mijn oma stikte thuis schachten in elkaar. Het was in die tijd heel normaal om dat thuis te doen en hierdoor zag ik al op jonge leeftijd van dichtbij wat er allemaal komt kijken bij het maken van een paar schoenen. Zowel de industrie als Panama Jack maken al sinds mijn jeugd onderdeel uit van mijn leven en ik weet dan ook als geen ander waar het merk voor staat!”

“Panama Jack is een merk voor avontuurlijke types.”

Kun je iets meer over de filosofie vertellen?

“Jazeker, Panama Jack staat voor avontuur en past bij mensen die van reizen houden. De schoenen zijn hier dan ook uitermate geschikt voor. Ze zijn comfortabel, kunnen tegen een stootje en moeten wat je ook doet de hele dag lekker zitten. We willen dat degene die Panama Jack schoenen draagt zich nog zelfverzekerder



gaat voelen, maar tegelijkertijd met beide benen op de grond staat. Tijdens mijn studententijd viel het me op dat veel meisjes die op hoge hakken lopen vaak naar de grond staren. Ik draag liever schoenen waarbij dat niet hoeft, het is toch veel fijner om te zien wat er om je heen gebeurt?”

Vertel eens iets over jullie merknaam.

“Mijn vader was een fan van de Panamahoed. Dit is de hoed die vroeger vaak door reizigers werd gedragen om ze te beschermen tegen de zon. Daarnaast was mijn vader dol op de boeken van Jack London, een avontuurlijke, Amerikaanse schrijver. Hieruit heeft hij de merknaam samengesteld en tegelijkertijd heeft hij hiermee de basis gelegd voor onze filosofie. Het logo, de merknaam en de gedachte achter het merk sluiten allemaal naadloos op elkaar aan.”

Heb jij toen je de leiding kreeg grote veranderingen doorgevoerd?

“Ja, want ik ben toch van een andere generatie en daarnaast een vrouw. Toen mijn vader de leiding had, maakten we vooral herenschoenen. Ik heb de focus verplaatst naar damesschoenen. Om te bepalen hoe dit kon aansluiten bij de eerdere collecties, heb ik een grootschalig onderzoek uitgezet onder ons personeel. Hoe moest de toekomstige collectie eruit komen te zien? Samen met het designteam hebben we aan de hand van de resultaten een collectie weten neer te zetten die perfect aansluit bij onze merkwaarden. Natuurlijk maken we met nog net zoveel plezier schoenen voor mannen, maar het is mooi om te zien dat we nu een totaalcollectie kunnen aanbieden. Ook is het grappig om te zien dat er sindsdien veel meer dames bij ons zijn komen werken. Schijnbaar trekt dat elkaar toch aan!”

Wat is jullie sleutel tot succes?

“Bij Panama Jack krijg je nog een eerlijk product voor een eerlijke prijs. Onze schoenen worden nog steeds in Spanje met de hand gemaakt en daar zijn we echt waanzinnig trots op. We hebben hier in de omgeving vijf fabrieken, waar ambachtslieden met de hoogst mogelijke zorg onze schoenen maken. Doordat dit zo dicht bij huis gebeurt, kunnen we de kwaliteit garanderen en daarnaast zorgen we dat de kennis van schoenen in Spanje blijft en het vakmanschap niet naar andere landen verdwijnt. We voelen ons ontzettend verantwoordelijk voor onze mensen in de fabrieken. Zij maken tenslotte wat wij bedenken en maken daarmee ons merk. Daarnaast zijn we heel kieskeurig welke winkels onze schoenen mogen verkopen. Eén keer per jaar maak ik een tour en probeer ik zoveel mogelijk winkels te bezoeken om te checken of de winkels die nu onze collectie verkopen nog steeds aansluiten bij onze visie. Zo proberen we onze kwaliteit te waarborgen.”

“Voor ons is elke klant een ambassadeur!”

Wat zijn jullie verdere ambities?

“Wij vinden het heel erg belangrijk dat we bijdragen aan een betere wereld. Zo'n tien procent van onze omzet gaat naar goede doelen. We werken samen met de Vicente Ferrer Foundation en zij proberen lange termijn oplossingen te bieden en een bijdrage te

HANDMADE IN SPAIN

Tegenwoordig kunnen weinig mensen zich voorstellen dat schoenen met de hand worden gemaakt. Toch is dit bij Panama Jack zo. Na dit interview hadden wij de eer om één van de fabrieken van Panama Jack te mogen bezoeken. Hier werken vaklieden met de grootst mogelijke precisie aan de schoenen van dit merk. Elk paar wordt met de hand in elkaar gestikt om vervolgens op de leest in elkaar te worden gezet tot een schoen. Een zeer arbeidsintensief proces waar veel tijd in gaat zitten.

Wil je meer weten en zien hoe het eraan toegaat in de fabriek van Panama Jack? Kijk dan op ons blog!

leveren aan het uitroeien van armoede. Dit vinden we ontzettend belangrijk en we vinden het fantastisch dat we hieraan bij mogen dragen. Daarnaast hebben we als ambitie om nog verder te groeien in Europa. We zijn nu vooral populair in Spanje, Nederland en Scandinavië, maar daarnaast zouden we ook in andere landen groot willen worden.”

Hebben jullie nog ambassadeurs van jullie merk?

“Voor ons is elke klant een ambassadeur! Wij zijn niet het merk om met beroemdheden te werken. Natuurlijk is het geweldig als ze onze schoenen dragen, maar voor ons is iedereen die onze schoenen draagt even belangrijk. Ik geniet het meest als ik van een klant hoor dat hij onze schoenen al jaren draagt en welke reizen hij op zijn Panama Jacks heeft gemaakt. Dat is voor mij het grootste compliment dat we kunnen krijgen.” #

