

|| Javier y Cristina **ROCA** GERENTE y DISEÑADORA DE PACO ROCA

«El vestir es un lenguaje, una forma de expresión personal e intransferible»

Javier y Cristina Roca son el 'alma mater' de Paco Roca y la cuarta generación de una firma referente de la sastrería masculina nacional, que encarna el futuro de un oficio noble, artesanal e innovador

FERNANDO GIMENO

ESPACIO. Javier y Cristina Roca posan en su establecimiento ubicado en la calle Colón de la capital de La Plana.



Paco Roca es un nombre propio de la sastrería masculina que cumple ya cuatro generaciones desde que iniciara su andadura en 1890. La herencia artesanal, unida a la evolución en innovación y diseño incorporada en sus colecciones por la cuarta generación de la firma, Javier y Cristina Roca, es un cóctel perfecto. Ellos han puesto en valor la sastrería y han sabido conjugar una visión más vanguardista de la moda masculina como respuesta a la demanda de un hombre más exigente, que sabe lo que quiere y que cuida su vestuario al detalle. Todo ello hace que Paco Roca encarne el futuro de la sastrería moderna.

-VICENT MARTÍ: ¿Cómo definirían el momento actual de la firma Paco Roca?

-JAVIER y CRISTINA ROCA: Es ilusionante ya que vemos continuar el legado familiar desde nuestra propia forma de entender la sastrería: ser fieles a la hora de construir las prendas, e innovadores en cuanto a la manera

de entender la moda. Contamos con muchos clientes lo que nos permite crear continuamente y eso hace que la rueda no pare.

-V. M.: ¿Qué factores les permiten hacer frente al mercado competitivo, global y cambiante?

-J. y C. R.: Innovación, creatividad y pasión por lo que haces, son tres adjetivos que, junto a servicio y calidad, dan forma a nuestro trabajo. Estamos en un mercado muy competitivo, algo de lo que nos alegramos ya que el cliente que acude a ti ha valorado otras opciones por lo que te reafirma en la forma de actuar. Estar en un mercado global nos permite conocer otras formas de entender la moda, entre ellas algunas creadores de tendencias. Ello nos permite encontrar ideas e importarnos para Castellón y para nuestros clientes, que es el objetivo fundamental.

-V. M.: ¿La sastrería es en sí misma un valor añadido, la calle aprecia este factor?

-J. y C. R.: Cada vez más. El consumidor valora el resultado más

que la causa, quiero decir que a la mayoría de la gente le gusta ir bien vestido y entiende que la sastrería es la meca de las prendas, no se puede comparar una pieza a medida con otra de confección, independientemente de la marca. Es simple, el cliente interviene directamente en la prenda hecha a medida por lo que lleva algo suyo y personal en



«Nosotros estamos igualmente cómodos haciendo un chaqué, diseñando una americana, vistiendo a un novio de Castellón o desfilando en la ciudad de Nueva York»

ella. En nuestras prendas al lado de la etiqueta va el nombre y apellidos de cada cliente. Vestir es una forma de expresión personal e intransferible. Pensamos que el cliente es su propia marca y nosotros la herramienta que la hace realidad.

-V. M.: ¿Cual es el perfil del hombre Paco Roca?

-J. y C. R.: Es amplio en cuanto a edad o posición social, lo que si es común es la importancia que otorga al vestir en una ocasión especial. Conoce y exige calidad, los tejidos y las tendencias más acordes a sus gustos y, por supuesto valora especialmente la atención personalizada. Nosotros estamos tan cómodos haciendo un chaqué, como diseñando una americana de la serie UNIC, vistiendo a un novio de Castellón, que desfilando en Nueva York. Todo tiene la tiene la misma responsabilidad.

-V. M.: ¿Qué importancia otorga la sastrería a los tejidos?

-J. y C. R.: La materia prima es muy importante, no tendría sen-

tido hacer una buena confección con tejidos mediocres. Mantene-mos relaciones con fabricantes y distribuidores nacionales e internacionales, algunos con larga tradición familiar dado que ya servían a nuestros antecesores y eso apunta al 1800. También acudimos a las ferias para conocer las nuevas propuestas que salen al mercado, tejidos técnicos y nano tecnología, aunque tenemos debilidad por las puras lanas.

-V. M.: ¿Cómo hacen frente a las cadenas de producción masiva?

-J. y C. R.: Yo las denomino uniformidades sociales. Hacen lo propio. Desde la sastrería creamos prendas individuales o pequeñas tiradas, una por talla, que es lo que busca un determinado público. El vestir no deja de ser una forma de expresión. Hay gente que se encuentra más a gusto mimetizado en el contexto y por el contrario personas a las que les gusta ser dueñas de su aspecto personal e intransferible.

-V. M.: ¿De donde nace la inspiración de vuestros diseños?

-J. y C. R.: Cristina es la diseñadora de la firma y siempre me sorprende con ideas nuevas tanto en los tejidos como en el manejo de los patrones. Es innovadora y original. La gente hace fotografías al escaparate cada vez que lo cambiamos. A mi me gusta diseñar a partir de conocer al cliente y sus gustos para presentarle varias opciones haciéndole participe del resultado.

-V. M.: La proyección exterior de Paco Roca va más allá de nuestras fronteras. ¿Siguen apostando por Nueva York y Madrid?

-J. y C. R.: Son dos puntos de referencia para nosotros, donde no es necesario ir a ver los escaparates, basta con sentarte a tomar un café y observar a la gente. Este año desfilaremos también en Nueva York, donde hemos tenido una gran acogida. Estamos preparando la colección para el desfile en la city, al que podrán asistir todos los que quieran porque lo transmitiremos en 360°. Por otro lado, tenemos entre manos muchísimos novios que se darán el sí quiero este mismo año. De todas formas, si nos queda algún ratito libre haremos una escapada a ferias europeas como Londres, Berlín o París, capitales de la moda por excelencia; ≡