

ENTREVISTA KURT JOSEF ZALTO, DISEÑADOR Y PROPIETARIO DE LA MARCA JOSEPHINENHÜTTE

“El reto es crear algo **hermoso** y sostenible”

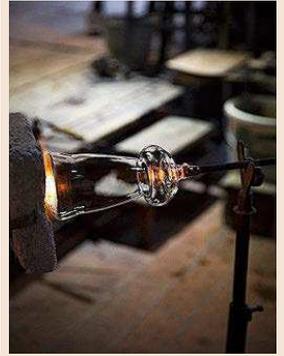
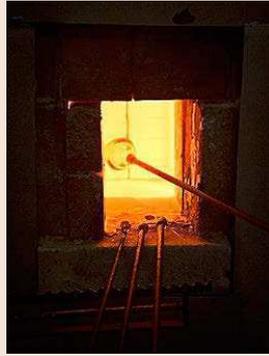


Séptima generación de una familia de sopladores de vidrio, Zalto reabrió Josephinenhütte, fábrica fundada en 1842 que cerró en 2018. Sus copas están entre las más exclusivas

Emelia Viaña, Madrid

Fundada en 1842 por el conde Leopold von Schaffgotsch en la región histórica de Silesia, Josephinenhütte era una de las fábricas de cristal más prestigiosas del mundo, un símbolo del extravagante arte del vidrio del siglo XIX, que en 2018 se vio obligada a echar el cierre. En un acto de romanticismo, Kurt Josef Zalto convenció a sus actuales socios para volver a encender sus hornos y convertirla en una referencia mundial.

Hoy podemos encontrar las copas que salen de dicha fábrica en restaurantes alemanes tres estrellas Michelin como Guesthouse Klaus Erford o Peter Brunel, entre otros, y su director creativo sigue siendo Zalto, un genio que apuesta por seguir haciendo cada pieza a mano y soplada a boca por artesanos expertos, objetos de vidrio de extraordinaria delicadeza técnica y con una belleza única. “Aunque la composición del vidrio hoy es diferente a la de finales del siglo XIX porque no se añade plomo, algo que hace que los sopladores tengan que trabajar más rápido, su trabajo debe ser igual de preciso que antaño”, asegura Zalto, que añade: “El soplador de vidrio tiene que estar muy concentrado durante todo el proceso para no lesionarse y tiene que tener un conocimiento del material y una experiencia muy alta para que el resultado sea excelente”.

**Artista.** Metido a empresario, Zalto confiesa que lo suyo no son los números.

Cada copa de Josephinenhütte se fabrica a mano y soplada a boca por artesanos expertos. “El mayor desafío ahora es satisfacer la demanda porque cada copa necesita mucho tiempo de trabajo”, confiesa Zalto.

—¿Cree que el consumidor valora este esfuerzo?

Por supuesto, si no fuese así no estarían dispuestos a comprar nuestras piezas, que suponen muchas horas de trabajo. Hemos detectado que al público cada vez le gusta más saber la historia que hay detrás de cada producto, algo que le ayuda a valorar su calidad. Me esfuerzo mucho por transmitir a nuestros clientes el valor de las copas que hacemos y ayudarles a diferenciarlas de las que se soplan con máquina. El que bebe un buen vino en una de las nuestras no vuelve a las otras.

“Al público le gusta saber la historia de los productos para valorar su calidad”**—¿Este conocimiento del consumidor más está impactando en el sector?**

Beber vino no es una ciencia, sino una pasión. Se trata de una experiencia individual en la que hay que disfrutar. Algunos fabricantes han lan-

zado copas con diferentes formas para intentar demostrar que se necesita una para cada vino, pero sólo generan confusión. Además de la forma, es importante el proceso de fabricación. En Josephinenhütte tenemos sólo cuatro tipos de copa y nos centramos en llevar el aroma del vino a otro nivel. La combinación entre un fino vidrio artesanal y nuestra forma es el resultado de un largo e intenso proceso de ensayo y error. Me gusta la estética, pero nunca me he centrado en un criterio puramente estético. La forma sigue a la función y la de la copa es disfrutar del vino.

—¿Cuál es ahora su próximo reto?

El mayor desafío ahora es satisfacer la demanda porque cada copa necesita mucho tiempo de trabajo. El reto es crear algo sostenible y hermoso, mezclar pasión, creatividad y artesanía y el sector sabrá valorarlo. **—Usted es la séptima generación de una familia dedicada al soplado de vidrio desde hace siglos. ¿Qué hace metido a empresario?**

No soy un hombre de negocios. Mis socios complementan a la perfección aquellas habilidades de las que carezco. Yo soy artista y diseñador de vidrio y no aspiro a nada más.