

Pelle

«Reggeremo l'urto, la qualità paga»



Andrea Ghizzani presidente del consorzio Verapelle

Un calendario provocatorio, una mostra fotografica che farà il giro del mondo, un nuovo marchio, un cartellino di garanzia a prova di falsari e un rinnovato sito web. È questo il biglietto da visita internazionale presentato a New York dal Consorzio vera pelle italiana conciata al vegetale (26 aziende conciarie del distretto toscano) in collaborazione con **Oliviero Toscani** e «La Sterpaia». D'altronde, la posta in gioco è grossa: proteggere i prodotti italiani lavorati con materie prime di alta qualità e presentati sul mercato globale da alcune delle più prestigiose griffe della moda: da

Calvin Klein a Dolce e Gabbana, Gucci e Prada. Ma cosa spinge i clienti del lusso ad acquistare una borsa,

un portafogli, una cintura nata da pelli depurate e biodegradabili? «Il segreto - confessa dagli Stati Uniti Andrea Ghizzani, presidente del Consorzio vera pelle italiana conciata al vegetale - è nella nostra acqua toscana, benedetta dalla natura. Sì, perché è un elemento indispensabile per la depurazione delle materie prime. Ci aiuta a rendere le pelli lucenti, dai colori caldi. Inoltre, punta a salvaguardare l'ambiente. Certo, altri distretti italiani delle pelli hanno provato a riprodurre gli stessi risultati, ma poi hanno desistito: l'acqua ci ha aiutato nella concorrenza e ha fatto la differenza». Il peri-

colo delle imitazioni, però, è sempre dietro l'angolo. E arriva spesso dall'estero. «Beh, i paesi poveri del mondo che sfruttano manodopera minorile e non si preoccupano troppo dell'etica ambientale, sono una realtà. - continua Ghizzani - Proprio per questo abbiamo appena realizzato un cartellino di garanzia che ha le sofisticate caratteristiche tecniche di una banconota. Così, grazie a una filigrana speciale nascosta e a un numero progressivo, si può verificare subito l'originalità della pelle usata per quel prodotto e da quale conceria nasce. La verità è che per proteggere il made in

Italy bisogna investire e noi non ci siamo sottratti». Intanto la complicata congiuntura economica

incombe e resta da capire quale evoluzione prenderà il mercato delle pelli di lusso. «È difficile fare previsioni globali - conclude il presidente Ghizzani - ma il nostro è un mercato di nicchia, reggerà. Chi compra oggi una borsa in vera pelle biodegradabile a 1300 euro non si preoccuperà di acquistarla domani a 1350. L'importante è non deludere mai il cliente sul fronte della qualità. E continuare a regalargli grandi emozioni. È difficile rinunciare a una cartella in vera pelle se lei nel tempo racconta la tua storia, i tuoi viaggi della vita».

MICHELE AVITABILE

VERA PELLE

Nato 15 anni fa in Toscana, nel cuore del distretto conciario (il comprensorio del cuoio e della calzatura), il Consorzio vera pelle italiana conciata al vegetale raggruppa 26 concerie. Tra i principali obiettivi raggiunti c'è la creazione di un marchio che garantisca a tutta la filiera la qualità e l'origine delle pelli prodotte senza additivi chimici. Il giro d'affari del consorzio? Circa 150 milioni di euro (nel 2008, stabile rispetto al 2007), realizzato grazie all'impiego di 350 addetti. I settori di sbocco sono le borse da donna, le valigie e i portafogli (49,42%), le cinture (22,19%), le calzature (17,46%), l'arredamento (7,35%), la selleria, la legatoria e l'ortopedia (3,58). I mercati di riferimento sono al 40% in Italia e al 60% all'estero (Giappone, il più importante, seguito dalla Corea, Germania, Inghilterra, Olanda e Stati Uniti). Proprio alimentare ancor di più l'export, il consorzio girerà il mondo quest'anno con la mostra fotografica «Hand Made in Italy» realizzata grazie agli scatti di **Oliviero Toscani**, autore anche del nuovo marchio. Così, dopo la tappa newyorkese dei giorni scorsi, si annunciano appuntamenti a Tokyo (a maggio) e a Seul.

M. A.

150

milioni di euro è il giro d'affari fatto registrare dal consorzio nel 2008