

STRATEGIA

# AFFARI & FINANZA

## Questione di pelle, la Toscana gioca al rilancio

Nasce un consorzio di "garanzia" dei prodotti che garantisce l'utilizzo della vecchia lavorazione con concianti naturali e non chimici

LOREDANA CAPONIO

**Milano**  
 Garantire l'origine italiana del prodotto, salvaguardare l'ambiente e certificare la naturalezza della materia prima. Sono questi gli obiettivi con cui è nato in Toscana il Consorzio vera pelle italiana conciatà al vegetale, che mira a diffondere in tutto il mondo la vecchia lavorazione della pelle trattata con l'utilizzo di concianti naturali e non chimici. Fedele alla tradizione locale di antichi maestri pellettieri, il marchio del Consorzio si pone



**Qualità**  
 Il consorzio "Vera pelle italiana" nato in Toscana garantirà la qualità dei prodotti concianti al naturale

come garanzia di un prodotto che affonda le sue radici in vecchi processi di lavorazione, uniti alle più moderne tecnologie. Risultato: in 40 giorni la pelle conciatà al vegetale diventa materiale inimitabile, che mantiene inalterata la struttura e ha caratteristiche uniche di morbidezza, resistenza e colore. Un procedimento che ha conquistato i maggiori brand del firmamento moda, come Gucci, Roberto Cavalli, Armani, Valentino, Tod's, The Bridge o Bottega Veneta. Le pelli toscane costituiscono la materia prima più richiesta non solo per le griffe del fashion (che le trasformano in borse, scarpe, cinture e accessori vari), ma anche per i grandi marchi del design e dell'arredamento nostrano. Tra i clienti illustri ci sono anche nomi come Natuzzi e Frau, brand che hanno fatto della pelle con il "bollino verde", il loro portabandiera

della qualità made in Italy.

Persino i cinesi, quelli che stanno cominciando a fare concorrenza ai brand tricolore sulle fasce alte delle collezioni, stanno arrivando in Toscana per portarsi a casa la materia che ha il potere di "fare la differenza". Rimane ancora vivo e provato, infatti, il concetto che in determinati campi — primi fra tutti la moda e il design — "Italians do it better". E se a New York la vera pelle italiana conciatà al vegetale

le fa parte dell'immaginario del lusso chic, a Londra appartiene allo scenario dell'etica ecologica del consumo.

L'idea di utilizzare materiali nel pieno rispetto dell'ambiente con pelli completamente biodegradabili e anallergici è un aspetto che non è sfuggito ai marchi del fashion che sempre più numerosi aderiscono ai dettami del cosiddetto "com-prensorio del cuoio", diventando portavoce di eccellenza naturale.

Il Consorzio è una realtà di 26 aziende con sede nella zona compresa tra le province di Pisa e Firenze, dove l'antica arte della concia si tramanda di padre in figlio e dove l'economia e l'ortia generano una realtà industriale di notevole rilievo: oltre 200 aziende tra concerie, pelletterie, calzaturifici che esportano in tutto il mondo. L'idea di unirli è nata nel 1994, quando 11 aziende specializzate nella concia al vegetale, decise a ricercare continuamente tecniche non invasive per il trattamento delle pelli, hanno unito le forze pronte a far conoscere questi nuovi processi nel pieno rispetto dell'uomo e dell'ambiente. Una formula vincente. Basta dare un'occhiata ai numeri del Consorzio: nel 2006 il fatturato è arrivato a 161 milioni di euro, con un incremento del 3,7 per cento rispetto all'anno prima. A testimonianza che la pelle "verde" sta conquistando il mercato mondiale, le esportazioni sono passate dal 50,57 per cento del 2005 al 51 per cento. Paesi clienti per eccellenza si confermano l'Europa, gli Stati Uniti e l'Estremo Oriente (Giappone, in particolare).

Ed è proprio con l'estero che il Consorzio si misura continuamente. Da tempo organizza numerosi meeting in giro per il mondo per raccontare e trasmettere a operatori e consumatori i pregi e le differenze che ci sono tra i comuni pellami e quelli made in Toscana. A cominciare dalla "malleabilità" e naturalezza ai "trucchi" per scoprire se la pelle è stata conciatà con criteri ecocompatibili.

