

IMPRENDITORI E MARKETING

Conciatori-veline
sul calendario
di Oliviero Toscani

PONTE A EGOLA. Prendi la pelle conciata con tannini vegetali - tecnica tipicamente toscana -, un fotografo di fama internazionale e un gruppo d'imprenditori della zona del Cuoio. Tre ingredienti per un calendario che sorprenderà. È quello che il Consorzio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale, con sede a Ponte a Egola, si appresta a lanciare sulla falsariga di un'iniziativa analoga risalente agli anni Novanta. Gli imprenditori sono stati fotografati da Toscani "al naturale", coperti solo da un pezzo di pelle. Andrea Ghizzani, giovane presidente del Consorzio, spiega: «Un calendario fu realizzato dai conciatori anche negli anni Novanta ed ebbe successo. Stavolta abbiamo colto al volo l'occasione della collaborazione con Oliviero Toscani per riproporre un'iniziativa che, ne sono sicuro, farà parlare molto di noi. Daremo questo calendario ai nostri clienti. È un modo per comunicare un po' più simpatico del solito, non vogliamo essere i soliti imprenditori seriosi in giacca e cravatta».

«Sicuramente - prosegue il presidente - grazie a Toscani abbiamo una marcia in più. L'obiettivo è far parlare di noi, in una specie di gioco che credo sarà molto apprezzato».

Per la prima volta la comunicazione del valore di un prodotto parte dai conciatori. La pelle è stata ritratta nella sua veste naturale, dopo la concia e prima che prenda forma nei prodotti finiti di moda, design e arredamento, come siamo abituati a vederla. Un ritratto d'autore alla materia prima, oltre che ai suoi artefici, e non al prodotto finito: un punto di vista insolito che vuole valorizzare la natura della pelle, il suo essere materia, lavorata e forgiata dalle mani degli artigiani.

Il concept creativo del calendario 2009 è stato realizzato da Oliviero Toscani con La Sterpaia, Bottega dell'Arte della Comunicazione da lui diretta, che a partire da quest'anno hanno affiancato il Consorzio Vera Pelle Conciata al Vegetale in un progetto di comunica-

*È la prima volta
che la promozione
della pelle al vegetale
parte dai produttori
Il presidente Ghizzani:
«Avremo successo»*

zione per il rilancio dell'immagine del marchio in Italia e all'estero.

Il Consorzio, ora composto da 26 aziende, è stato costituito nel 1994 da undici concerie. Nel primo semestre di quest'anno il fatturato si è attestato intorno ai 60 milioni di euro. L'attività si focalizza in larga parte (88%) sulla fornitura di pellame per prodotti di piccola e grande pelletteria, comprese le calzature (17%) e le cinture (22%). Prestigiose le griffe che il Consorzio annovera tra i clienti: Gucci, Giorgio Armani, Prada, Louis Vuitton, Tod's, Ferragamo, Dolce e Gabbana, Sergio Rossi, Fra-

telli Rossetti, Polo Ralph Lauren. Una percentuale della produzione viene utilizzata anche per l'arredamento e la realizzazione di prodotti di lusso per realtà come Cassina, Flexform, Zanotta, Frau e Flou. Assai intensa l'attività pro-

mozionale del Consorzio all'estero attraverso gli eventi Natural Sensations. All'ultimo, che si è tenuto a Tokio, hanno preso parte 500 persone tra operatori del settore, stilisti, designer, giornalisti e studenti dei principali istituti di mo-

da. Spiegare ai giapponesi la filosofia del Consorzio è stato compito dei consiglieri Simone Remi e Paolo Testi, i quali hanno ricordato che dietro al marchio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale «c'è una realtà che si chiama Toscana.

La Toscana è cultura e tradizione, arte e artigianato. Nel Dna delle nostre concerie ci sono le tracce indelebili di questo patrimonio. La filosofia che le muove ha origini lontane e nobili nel lavoro dei mastri conciatori di una volta».



Simone e Paolo Testi, Sandra e Dario Giardi



Attilio e Marco Puccini



Emilio Caponi, Andrea Ghizzani, Amerigo Pulidori, Roberto Masini, Carlo Badalassi, Simone Remi

foto di Oliviero Toscani

