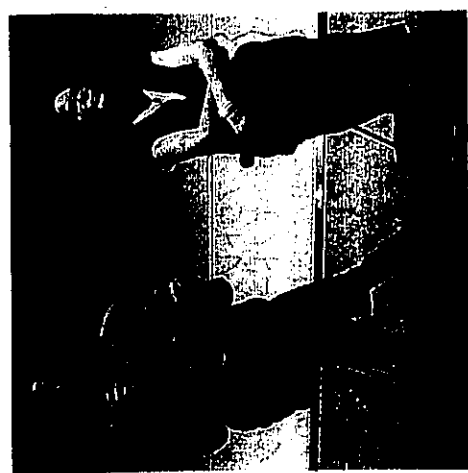


# Shoes Post

シューズポスト



記者会見で質問に答える元会長で加盟タンナーのシモーネ・レミ氏(左)とホリモーター(フアッションスクエア)のシューズ・レザーグッズコース学部長でリサーチ・プロジェクトコンサルタントのダイアン・バッカー氏

## 環境と人に優しい伊・植物タンニンなめし革

「ものづくりの思想伝えたい」

01年に日本で初開催、6月に通算9回目の催しを行ったイタリア植物タンニンなめし革協会によるトレンドセミナー、ナチュラル・センセーションズがフォーマット変更のため、一旦終了する。その理由などについて、協会関係者の話をまとめた。

—ナチュラル・センセーションズが終了するが、

時代(市場)の変化に合わせて進化させることにした。今までの活動でイタリア植物タンニンなめし革に関する情報は伝わったと考えており、ものづくりの思

想を伝える次の時期にきている。

“ものが売れない”といわれる時代にトレンドを発表するのは意味のないこと。フアッションの巨匠といわれる人が『光沢のあるものが流行るだろう』と言えば、小売店は『マットフィニッシュのものが売れる』と言ひ、また一方では『今年の流行はレッド』などと好き勝手なことを言う。もはやトレンドは意味を成さない。

大切なのは、まぼろし(トレンド)を追うことではなくブランドのオリジナリティであり、ポジションを明らかにすること。哲学をものづくりの姿勢に込め、具現化することがファン獲得につながる。

本物の品質を追求することで初めて、あらゆる危機を乗り越ええられるだろう! —植物タンニンなめし革を使うメリットは、

「1点ものの製品がつけられること。マッス・プロダクトが急速に広がっているが、製品の均一化が難しい植物タンニンなめし革は、大量生産する企業には向かないし対極にあるもの。時代を越えて残るものを求める人がいるなかで、環境というキーワードを反映させられる利点もある。

イタリア植物タンニンなめし革協会加盟企業は、食肉処理場から廃棄物となる原皮を直接仕入れ、脱毛からすべての工程を自社工場で行っている。浄化システムの完備はもちろん、製品のアルギン検査で潜在的誘発性が極めて低いことを実証するなど、環境と人に優しい」

SHOES POST

05-07-08 Sabato

LA VERA PELLE ITALIANA CONCIATA AL VEGETALE  
NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE E DELL'UOMO

“VORREMMO TRASMETTERE LA NOSTRA FILOSOFIA ARTIGINALE”

Il seminario sui trend “Natural Sensations”, organizzato per la prima volta in Giappone nel 2001 dal Consorzio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale, è giunto con la manifestazione di Giugno alla sua nona edizione che, per la necessità di evolversi in un formato diverso, rappresenta anche il suo ultimo appuntamento. Il Consorzio ha così spiegato tale decisione.

— Questo è l'ultimo appuntamento di Natural Sensations.

“Ci evolviamo parallelamente ai mutamenti del momento (del mercato): crediamo che l'attività divulgativa svolta finora sulla vera pelle italiana conciata al vegetale si sia ormai conclusa con successo e sia dunque il momento di passare ad una fase di promozione della nostra filosofia artigianale.

Non ha senso presentare i trend in un'epoca in cui si dice che «i prodotti non si vendono». Mentre i cosiddetti maestri della moda affermano che «andranno di moda i prodotti lucidi», i negozi al dettaglio rispondono che «si vendono invece i prodotti dalla rifinitura opaca» o ancora che «quest'anno il rosso è il colore trendy»: le tendenze ormai non hanno più senso.

L'importante non è rincorrere le chimere (trend), quanto piuttosto creare una chiara identità, originalità del marchio: la chiave per conquistare nuovi ammiratori è creare dei prodotti che riflettano la filosofia del marchio. È proprio attraverso la ricerca della vera qualità che, per la prima volta, si possono superare le crisi”.

— Quali sono i vantaggi nell'utilizzare la pelle conciata al vegetale?

“La possibilità di creare dei prodotti unici. Mentre i prodotti di massa si diffondono sempre più velocemente, la vera pelle conciata al vegetale, i cui prodotti sono difficilmente uniformabili, percorre una strada diametralmente opposta, che risulta inadatta alle aziende che propongono una produzione in serie. In un contesto in cui sono presenti anche consumatori che ricercano prodotti che durino nel tempo, questo tipo di pelle mostra anche il vantaggio di riflettere le tematiche ambientali.

Le aziende membri del Consorzio, dopo l'acquisto delle pelli grezze di

scarto direttamente presso i mattatoi, svolgono l'intero processo di conciatura in proprio, a partire dalla depilazione. Una conciatura che rispetta sia l'ambiente che l'uomo, attraverso sistemi di depurazione ed esami che garantiscano un bassissimo potenziale sensibilizzante alle reazioni allergiche”.

(Didascalia alla foto)

Il Dott. Simone Remi (a sinistra), Vicepresidente ed attuale socio del Consorzio, e la Dott.ssa Diane Becker, Capo Dipartimento Calzatura e Accessori di Polimoda (istituto di moda) e consulente per progetti di ricerca, mentre rispondono alle domande durante la conferenza stampa.