

X

Moda PELLETTERIA

C'È UNA SUOLA IN PASSERELLA ED È FATTA AD ARTE

Dipinte, colorate, zebbrate: sono la novità del Consorzio toscano



di **Silvia Ognibene**

Le suole delle scarpe sono diventate vere e proprie opere d'arte. Dipinte, floreali, zebbrate, pitonate, tono su tono, con gli arabeschi. L'ultima novità sono le icone dell'arte e della musica pop, impresse con la pittura digitale, da sbirciare quando si alza il tacco per camminare. Addio vecchie ciabatte. Sulle passerelle della moda per le donne spopolano le décolleté gioiello, ricche di decorazioni, spesso con tacchi scultura, rivestiti da pietre preziose. Per gli uomini le classiche stringate ma anche la sneaker trendy, con suole dalle forme strane, con dettagli fluo o in pelle liscia, con varianti realizzate in bi-materiale.

Si fa quasi fatica a definirle suole. Sono ormai un oggetto di culto, rigorosamente in cuoio. Oggetto del desiderio per Gucci, Prada, Ferragamo, Louis Vuitton, Chanel, Louboutin, Jimmy Choo e tutti gli altri mostri sacri del lusso mondiale. La prossima chicca sarà presentata a Pitti Immagine: una capsule collection di scarpe dedicate alla star della musica rock che il Consorzio sta realizzando insieme a Roberto Ugolini. Le suole artistiche sono tutte prodotte in Toscana, dalle aziende riunite nel Consorzio (che è anche marchio) «Cuoio di Toscana»: una produzione antica e fin qui piuttosto bistrattata quella del cuoio per le suole da scarpa, ma che ha saputo reinventarsi per soddisfare esigenze e capricci dei grandi stilisti fino a dominare il mercato. Le sette aziende del consorzio hanno l'80% del mercato in Europa e il 98% di quello italiano. Sono tutte fra Santa Croce sull'Arno (Bonistalli e Stefanelli Spa) e di San Miniato (Gruppo Conciario CMC International Spa, Conceria Gi-Elle-Emme Spa, Cuoificio Otello, Lamonti Cuoio Spa, Conceria 3S Srl e Volpi Concerie Srl).



E

Le aziende hanno l'80% del mercato in **Europa** e il 98% in **Italia**. Si trovano a **Santa Croce sull'Arno**: Bonistalli e Stefanelli Spa e **San Miniato**: Gruppo Conciario CMC International Spa, Conceria Gi-Elle-Emme Spa, Cuoificio Otello, Lamonti Cuoio Spa, Conceria 3S Srl e Volpi Concerie Srl.

Conceria Gi-Elle-Emme Spa, Cuoificio Otello, Lamonti Cuoio Spa, Conceria 3S Srl e Volpi Concerie Srl). Occupano circa 200 dipendenti e fatturano 150 milioni l'anno, destinandone il 10% alle attività di ricerca e sviluppo. Il 50% del cuoio da suola prodotto in Toscana è destinato all'esportazione.

«Cuoio di Toscana è un cuoio da suola unico, di assoluta eccellenza, ottenuto con concia lenta al vegetale, un processo antico basato sull'utilizzo di tannini naturali ricavati dal legno di castagno, mimosa e quebracho — dice il presidente del Consor-

zio, Antonio Quirici —. La concia lenta al vegetale conferisce al cuoio una qualità inimitabile, è compatto, traspirante, resistente, al contempo flessibile e perfettamente rispondente a criteri di produzione sostenibile. Certo, la qualità non può basarsi su logiche fast e di risparmio: solo il nostro processo di conciaitura lenta in vasca richiede due mesi contro i ben più brevi tempi di una concia veloce, tipica di altri paesi, ma è quella che rende unico e così prestigioso il nostro prodotto». La tradizione non poteva bastare per fare il salto di qualità e conquistare le passerelle dell'alta moda internazionale, perciò il Consorzio ha deciso di spingere sull'innovazione e l'impiego

delle nuove tecnologie: «C'è una grande fetta di mercato che vogliamo catturare, quello dei millennials — prosegue Quirici —. Tradizione e innovazione devono andare di pari passo. Da una parte il nostro prodotto deve avere caratteristiche specifiche, con un ciclo produttivo che è lo stesso da sempre, dall'altra va perseguita l'innovazione perché le esigenze specifiche dei consumatori si stanno evolvendo: in un mercato sempre più competitivo, si ricercano sempre più prodotti specifici, personalizzati, glamour e rispondenti al mondo della moda di oggi».

Il Consorzio collabora con le più grandi case di moda, offrendo prodotti su misura creati in collaborazione con gli stilisti e i manager di prodotto, ma guarda anche alle nuove leve del fashion e organizza progetti di formazione rivolti a coloro che saranno i designer, gli stylist, i professionisti della moda del futuro: le collaborazioni con l'Istituto Marangoni, il Polimoda e La Sapienza servono per avvicinare un materiale e un sapere antichi alle tendenze delle nuove generazioni.

«Per noi è una grande soddisfazione essere un punto di riferimento per le griffe più prestigiose e vedere che anche nelle nuove generazioni c'è un grandissimo interesse per il cuoio, un materiale che ha una storia così antica. Vediamo nei giovani stilisti la curiosità e la voglia di utilizzarlo per ideare qualcosa di altamente personalizzato, esclusivo. Tramandare la grande tradizione del nostro artigianato, che rende il made in Italy prestigioso e forte nel mondo, è quindi fondamentale», conclude il presidente del Consorzio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'economia vista da scuola

IL PROFUMO, UN MERCATO (FIORENTINO) IN CRESCITA

di **Raffaele Fabiano***

Secundo recenti studi il mercato mondiale dei profumi avrà una crescita intorno al 5,9% nel prossimo decennio. A sostenerlo è il Centro Future Market Insight, in una ricerca di mercato svolta alla fine del 2016. È l'Europa occidentale a trainare il settore e per quanto riguarda i canali di distribuzione e vendita gli analisti prevedono un vero boom delle vendite online. Per quanto riguarda i segmenti dei consumatori, a crescere saranno soprattutto il profumo unisex seguito dai profumi per donna. All'interno del settore si sono sviluppate nicchie d'autore che hanno avuto un buon rapporto con il mercato, incidendo per il 12,5% sul totale della categoria. Ma i maggiori tassi di crescita, nell'ordine del 7,9%, sono previsti per i profumi con ingredienti naturali, proprio quelli usati nelle antiche profumerie di Firenze per prime. Una tradizione che non è finita: ci sono profumerie che ancora oggi armonizzano tra loro fragranze caratteristiche

della Toscana ed essenze orientali, e continuano ad essere numerose tanto che si contano 17 profumerie storiche artigianali. Firenze viene definita da sempre la «città del giglio» ma non tutti sanno che la città, in passato si è guadagnata l'appellativo di «capitale del profumo» grazie a Caterina de' Medici. Fino alla fine del XVIII secolo Firenze è stata il polo di produzione di profumi più importante d'Europa. La più antica profumeria in Italia e nel mondo è l'Officina profumo-farmaceutica di Santa Maria Novella. Nel 1612 venne aperta l'attività commerciale dai monaci locali che usavano le proprietà delle erbe officinali, ora troviamo i prodotti di Santa Maria Novella nelle borse dei turisti più ricercati e anche nelle più importanti città internazionali.

*studente del Polo tecnico Salvemini-Duca d'Aosta, progetto «Corriere della Sia - educazione finanziaria», referente prof. Elena Spinelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia

CORRIERE FIORENTINO

Direttore responsabile: **PAOLO ERMINI**
Caporedattore centrale: **Carlo Nicotra**
Vice caporedattori: **Alessio Gaggioli** e **Antonio Montanaro**

RCS Edizioni Locali s.r.l.
Presidente: **GIUSEPPE FERRAUTO**
Amministratore delegato: **ALESSANDRO BOMPIERI**

Sede legale: Via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Reg. Trib. di Firenze n. 5642 del 22/02/2008
Responsabile del trattamento dei dati (D.Lgs. 196/2003): Paolo Ermini

© Copyright RCS Edizioni Locali s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Stampa: RCS Produzioni S.p.A.
Via Ciamarra 351/353 - 00169 Roma - Tel. 06-68.82.8917
Diffusione: m-dis S.p.A.
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano - Tel. 02.2582.1
Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A. - Dir. Pubblicità
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano - Tel. 02.2584.1
www.rcspubblicita.it

Pubblicità locale:
Speed Società - Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A. -
Viale Giovine Italia, 17 - 50122 Firenze - Tel. 055.2499203

Poste Italiane S.p.A. Sped. in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1, c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero odierno del Corriere della Sera
Direttore responsabile Luciano Fontana