

CUOIO DI TOSCANA

ON

100% PROFESSIONISTI
**Uomo &
MANAGER**

20/02/2018

<https://www.uomoemanager.it/cuoio-di-toscana-celebra-il-binomio-tra-moda-e-musica/>

MODA&ACCESSORI

CUOIO DI TOSCANA CELEBRA IL BINOMIO TRA MODA E MUSICA



Sinonimo di trasparenza, attenzione all'ambiente e qualità Made in Italy, il **marchio Cuoi di Toscana** esprime la vocazione all'eccellenza del Consorzio Vero Cuoi Italiano.

Oltre ad educare i suoi interlocutori a riconoscere e apprezzare la qualità superiore del cuoi da suola ottenuto con tecniche artigianali di lavorazione e la concia lenta al vegetale, Cuoi di Toscana è impegnato direttamente in attività di promozione e comunicazione rivolte a consumatori, produttori, designer e opinion leader nel settore del fashion.

La collaborazione tra il Consorzio e Camera Nazionale della Moda Italiana si è concretizzata negli ultimi anni con varie iniziative legate alla sostenibilità, alla valorizzazioni delle produzioni eco sostenibili e dando inoltre vita a workshop e sessioni educational.

Il binomio tra musica e moda

In occasione di Milano Moda Donna Febbraio 2020, il Consorzio ha celebrato lo speciale binomio che lega la moda e la musica proponendo una chitarra d'autore, firmata per l'occasione da Fabrizio Paoletti e autografata da Eral Meta, che è stata messa all'asta per sostenere l'attività benefica di Casa della Donna di Pisa a favore delle donne vittime di violenza.

L'esclusiva chitarra d'autore è stata messa in esposizione nella prestigiosa galleria d'arte antiquaria di Milano Robertaebasta, e sarà disponibile alla visione del pubblico per l'intera durata della fashion week milanese. Il particolare connubio che lega moda, musica e solidarietà rappresenta una speciale essenza del Made in Italy, che rispecchia perfettamente la scala di valori che Cuoio di Toscana vuole esprimere e comunicare.

La chitarra realizzata da Fabrizio Paoletti e autografata da Eral Meta è simbolo di tutto il lavoro artigianale che sta dietro ad una creazione. Indipendentemente dal segmento al quale appartiene, ogni prodotto artigianale deve essere tutelato, valorizzato e riconosciuto come patrimonio comune. Stesso discorso va anche esteso alla moda e alla tutela delle donne, che sono coinvolte in questa iniziativa poiché il ricavato dell'asta servirà alle azioni a supporto delle vittime femminili delle violenze, promosse dall'Associazione che si impegna in questa direzione dal 1990.

La scelta di Fabrizio Paoletti non è stata casuale: il liutaio crea artigianalmente dal 2005 chitarre con materiali di costruzione o riutilizzando legnami recuperati, come quelli di castagno provenienti da botti in cui veniva prodotto il Chianti. Le sue creazioni sono strumenti dal design unico che conservano la memoria dei materiali da cui prendono vita. Tra i suoi clienti si trovano tra gli artisti internazionali più celebri, da Bruce Springsteen, Brian May, Keith Richards, Slash fino agli italiani Ligabue ed Elisa.

Il talentuoso artista Eral Meta ha contribuito autografando la chitarra emblema del progetto fashion; Meta ha deciso ancora una volta di mettere la sua voce al servizio dell'eccellenza italiana, dopo essere stato tra i protagonisti di Artes, lo short movie con cui il Consorzio ha raccontato la magia del savoir faire italiano, la sostenibilità e l'eccellenza manifatturiera delle aziende associate.

Intervista con il Presidente di Cuoio di Toscana, Antonio Quirici

● Cuoio di Toscana: quali sono le caratteristiche del vostro brand?

Il nostro brand è sinonimo di valori fondamentali e propri del prodotto realizzato dalle aziende che fanno parte del Consorzio. A partire dalla naturalità, intesa come utilizzo di tecniche di lavorazione tradizionali e, al contempo, innovative, affinate in modo da salvaguardare le caratteristiche intrinseche dei pellami utilizzati e trasmetterle al prodotto finito, e dall'eccellenza, che prevede l'utilizzo della concia lenta al vegetale sinonimo di qualità inimitabile, passando naturalmente per lo stile, che identifica nella suola quel dettaglio di classe capace di fare la differenza nella costruzione delle più esclusive calzature che fanno tendenza. Inoltre fondamentale la sostenibilità, ovvero il rispetto delle norme sull'utilizzo delle sostanze chimiche nocive e accompagnata da un approccio responsabile dal punto di vista ambientale e sociale. In ultimo il comfort, valore fondamentale che caratterizza la produzione di Cuoio di Toscana, il cuoio si adatta al piede naturalmente, lo protegge dagli agenti esterni grazie alle sue caratteristiche di impermeabilità e ne consente al tempo stesso la traspirazione.

● Artigianalità e sostenibilità: possono essere considerate oggi un lusso che tutti possono permettersi?

È fondamentale che consumatori stessi considerino artigianalità e sostenibilità un lusso accessibile e necessario per loro. Rendere le persone consapevoli di questi valori è il primo passo per fare sì che siano realmente accessibili e, soprattutto, parte di una cultura del prodotto autentica, la stessa che Cuoio di Toscana porta avanti da sempre.

● **Ci racconta come nasce l'evento di quest'anno in occasione della Milano Fashion Week?**

Cuoio di Toscana ha scelto l'appuntamento fashion più autorevole, ovvero la settimana della moda di Milano, per iniziare a parlare di artigianalità e del suo approccio sostenibile approfittando della grande visibilità del periodo e del forte appeal mediatico della manifestazione. Abbiamo poi optato per la partnership con Roberta e Basta, celebre Galleria d'Arte antiquaria di Milano, famosa in tutta Europa per mobili e arredi Deco, stile Vintage, Fine Art Design e modernariato del XX secolo, e forte di una posizione strategica, nel cuore di Brera, per dare forma e immagine alla nostra visione più ampia capace di abbracciare anche il lifestyle.

Nel nostro evento abbiamo scelto di unire il contenuto moda a un forte accento artigianale (sempre nel segno dell'eccellenza), senza dimenticare l'approccio solidale- evidenziato dal sostegno all'Associazione Casa della Donna di Pisa -per cominciare a connotare in maniera differente e completa la nostra essenza. Abbiamo cambiato i nostri consueti codici di comunicazione puntando su un evento pubblico e non più privato per portare in mezzo alla gente i nostri valori e la nostra filosofia.

● **C'è un ritorno alla cura del particolare e della distinzione oggi nel mondo della moda?**

Sicuramente sì. Quello che fa la differenza oggi nel mondo della moda è sicuramente la cura del particolare e del dettaglio: oggi il vero lusso è quello di possedere un oggetto realizzato con materie prime di altissima qualità e soprattutto totalmente personalizzabile, unico per chi lo possiede.

Proprio il concetto di pezzo unico è diventato prioritario in un mercato in cui tutto è alla portata di tutti e la distinzione è il vero valore aggiunto, tale da giustificare anche un premium price.

● **Quali sono i vostri prossimi progetti in fase di realizzazione?**

Per il 2020 sono previste importanti collaborazioni sulle quali stiamo lavorando ma su cui è prematuro poter anticipare qualcosa; dal punto di vista del prodotto, invece, realizzeremo due speciali collezioni, due capsule collection dedicate al mercato nazionale e a quello internazionale.

Sempre per il 2020 sarà fondamentale il focus sulla sostenibilità: il nostro impegno è rivolto a rendere la nostra filiera e i processi produttivi sempre più sostenibili.