

# BASTA IPOCRISIE



**Was She Killed  
to Make Your  
Carry-On?**

CRUELTY DOESN'T FLY  
CHOOSE VEGAN

PETA

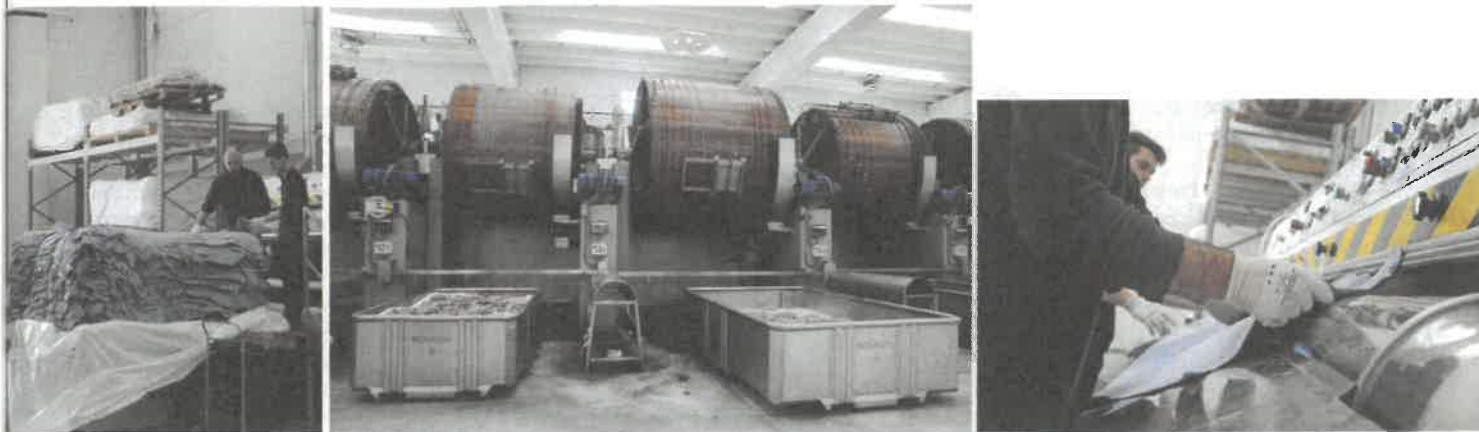


L'industria conciaria italiana, leader mondiale per qualità, capacità produttiva e attenzione alla sostenibilità, ogni tanto è sotto attacco da parte delle organizzazioni animaliste che la ritengono responsabile dell'uccisione degli animali. Ne abbiamo parlato con Fulvia Bacchi, direttrice generale di Unic, che spiega perché non è così e quanto è difficile abbattere i pregiudizi sulle concerie

L'immagine mostra una mucca con la parte centrale del corpo trasformata in borsa e la scritta: 'Was She Killed to Make Your Carry-On?', è stata uccisa per fare il tuo bagaglio? È una recente campagna di People for the Ethical Treatment of Animals (Peta), l'organizzazione internazionale che nelle sue sacrosante battaglie a sostegno dei diritti degli animali questa volta ha preso di mira l'industria che produce il pellame. "Peta ha sbagliato bersaglio, o meglio ha trasmesso un messaggio sbagliato. Nessuna mucca e nessun altro animale viene ucciso per fare borsette, scarpe o divani perché l'industria conciaria utilizza un sottoprodotto dell'industria alimentare. Peta probabilmente voleva sottolineare che comunque è stato ucciso un animale, ma perché inquinare con un messaggio fuorviante il valore di una giusta lotta contro maltrattamenti e forme di crudeltà a cui a volte gli animali vengono sottoposti?", commenta Fulvia Bacchi, direttrice generale di Unic, l'Unione nazionale industria conciaria che, con 170 aziende associate, rappresenta l'80% di uno dei settori di eccellenza del made in Italy.

Negli ultimi anni con il crescere della coscienza ambientalista e la scelta di un numero maggiore di consumatori di opporsi agli allevamenti intensivi altamente inquinanti e spesso anche all'uccisione degli animali come fonte di cibo, Fulvia Bac-

Fulvia Bacchi, direttrice generale di Unic, l'Unione nazionale industria conciaria che con 170 aziende associate rappresenta l'80% di uno dei settori di eccellenza del made in Italy, e amministratrice delegata di Lineapelle. A sinistra, lo showroom di Lineapelle a Milano: la centesima edizione della più importante fiera internazionale del settore si è tenuta a FieraMilano Rho dal 20 al 22 settembre, con 1.100 espositori provenienti da 38 Paesi. In alto, la campagna della Peta contro l'uso della pelle.



Alcune fasi della lavorazione all'interno di una conceria. La lavorazione della pelle è molto complessa e nel 70% delle concerie italiane parte dalle pelli 'wet blue' (nella foto a sinistra) che hanno già subito la parte iniziale della concia in altri Paesi, ma che per arrivare al prodotto finale devono essere riconciate in grandi cilindri rotanti con sostanze chimiche che rendano la pelle imputrescibile, poi colorate e rifinite.

chi si trova a dover contrastare opinioni di questo tipo che equiparano l'industria conciaria all'industria della carne. "Non voglio girare attorno al problema: c'è un aspetto sensibile, cioè la morte degli animali, da cui non si può prescindere e che rende difficile far comprendere in maniera oggettiva il lavoro delle concerie", ammette. "La scelta di essere vegetariani o vegani è ovviamente rispettabile e coerente con la scelta di non usare la pelle, ma riguarda un numero ancora ridotto di persone. Mentre non si capisce perché tante persone che si mangiano senza problemi una bella bistecca debbano avere l'idea sbagliata che gli animali vengono uccisi per fare la pelle, come sorprendentemente è risultato da una nostra ricerca commissionata a Spring Studios nell'autunno del 2019 proprio per capire l'orientamento riguardo l'uso della pelle in quattro Paesi: Italia, Francia, Germania e Stati Uniti con interviste sia ai consumatori sia ad alcuni key opinion leader". Per citare il dato più eclatante, a ritenere la pelle un prodotto non sostenibile perché per estrarla si uccidono gli animali è il 59% del campione dei consumatori in Italia, il 49% in Francia, il 38% in Germania, il 50% negli Usa.

Fulvia Bacchi è una bella signora pacata e molto, molto competente. È approdata in Unic 49 anni fa come ragioniera, segnalata dalla sua scuola come una delle diplomate più brillanti quando si era già iscritta a sociologia all'università di Trento. "Eravamo in tre, oggi siamo 50". Passo dopo passo l'associazione, nata nel 1946, ha cominciato a crescere figliando Lineapelle – la più importante fiera internazionale del settore che ha tenuto in corso con la sua centesima edizione a FieraMilano Rho dal 20 al 22 settembre, con 1.100 espositori provenienti da 38 Paesi – l'Istituto di certificazione della qualità Icec (unico al mondo specializzato esclusivamente per il settore della pelle); il settimanale *La conceria*, ora sostituito da una newsletter quotidiana con 20mila contatti. E di pari passo Bacchi ha seguito e contribuito a guidare lo sviluppo di Unic e delle sue aziende, in un comparto industriale che dagli anni Settanta ha fatto passi da gigante in termini d'innovazione tecnologica e di sostenibilità della produzione. Nominata direttrice generale nel 2016, è anche ad di Lineapelle dall'anno successivo.

Quando si parla di made in Italy si citano come è giusto il sistema della moda e quello del design, ma all'eccellenza di questi nostri prodotti contribuisce non poco

un'industria conciaria di altissima qualità che, con 4,2 miliardi di euro di fatturato nel 2021, è il primo produttore di pelli finite in Europa con il 63% del valore della produzione nel continente e rappresenta il 23% della produzione mondiale.

"Lo scopo della ricerca era anche capire su cosa si possa fare leva per comunicare una realtà industriale cruciale per il made in Italy e sulla quale sopravvivono molti pregiudizi", spiega Bacchi. "Intorno alla conceria c'è ancora questa idea antiquata di un posto di lavoro fatiscente, pericoloso e inquinante perché si usano sostanze chimiche in maniera incontrollata. Invece viviamo in un continente, e soprattutto in un Paese, che ha le normative ambientali più severe. E anche per quanto riguarda la sicurezza e l'igiene dei posti di lavoro le concerie sono controllate come le aziende alimentari. Abbiamo calcolato che le nostre aziende devono rispettare circa 25mila normative tra nazionali, provinciali e comunali. È solo una stima, ma molto significativa".

**Prima** - Perché secondo lei questa idea sbagliata sulle concerie è ancora così diffusa? Ammetto di essere rimasta felicemente stupita quando mi avete invitata a visitare una conceria nelle vicinanze di Milano e mi sono trovata in un'azienda che mai avrei immaginato: nessun odore, pulitissima, personale molto qualificato, tecnologicamente parecchio avanzata che però in certe fasi della lavorazione conserva quella sapienza artigianale che credo faccia la differenza per la qualità dei prodotti.

**Fulvia Bacchi** - È così, e anche la sua esperienza dimostra quanto questa realtà sia poco conosciuta. Proprio perché era un'industria inquinante abbiamo cominciato a lavorare a metà degli anni Settanta su quella che oggi si chiama sostenibilità e da 19 anni come Unic pubblichiamo un Report sostenibilità che testimonia i grandissimi progressi fatti in questo campo sia nell'uso delle sostanze chimiche sia nella depurazione delle acque. È stato un processo inevitabile che alle aziende richiedeva investimenti molto pesanti, ma era indispensabile per la sopravvivenza: chi è stato capace d'innovare è andato avanti, gli altri hanno preferito o dovuto chiudere. Poi va detto che le nostre concerie sono a maggioranza, circa il 70%, a ciclo non completo: la lavorazione parte dalle pelli 'wet blue', cioè già conciate nei Paesi maggiori produttori di pelli come Brasile, Australia, Nuova Zelanda, e che per arrivare al prodotto finale devono →



→ essere riconciate e rifinite. E questo è un grande vantaggio perché riduce l'impatto ambientale.

**Prima** - Un altro aspetto sotto attacco da parte delle organizzazioni animaliste è che le pelli possono provenire da animali che hanno subito maltrattamenti o condizioni di vita crudeli. Come è possibile controllare la provenienza delle pelli?

**F. Bacchi** - Le pelli lavorate in Italia, dove l'industria conciaria ha un fortissimo legame con l'industria della moda e del lusso, non possono che essere di alta qualità. Ci affidiamo al fatto che nei grandi allevamenti viene tracciata tutta la vita dell'animale, ed è un aspetto molto importante perché i clienti delle concerie esigono giustamente questo tipo di certificazione.

**Prima** - Lei descrive un comparto industriale virtuoso, è evidente che un problema di comunicazione c'è.

**F. Bacchi** - Ci siamo sempre posti la domanda di come arrivare al consumatore, ma con risultati davvero scarsi. Qualche anno fa abbiamo provato a lavorare con



Un'immagine della Bottega del conciatore a Pompei. Unic ha sponsorizzato prima il restauro architettonico degli edifici e poi i lavori per rendere l'area visitabile al pubblico con un percorso didattico che illustrerà la lavorazione della pelle come veniva fatta all'epoca. Per raccontare la millenaria arte della concia in Italia, Unic ha realizzato il video 'I come from...' visibile su YouTube.

gli animali. Perciò ci siamo resi conto che dovevamo operare in maniera diversa. Per prima cosa lavorare molto sulla formazione: facciamo oltre 200 corsi all'anno per le scuole, gli istituti di moda, le università, per i designer che si affacciano al mondo del lavoro perché sono soprattutto i giovani i più sensibili ai temi della sostenibilità e anche al fascino di questi nuovi materiali che vengono spacciati per alternative green alla pelle e spesso definiti ecopelle.

**Prima** - Sulla definizione corretta del termine pelle voi avete fatto, e vinto, una lunga battaglia che si è conclusa nel giugno 2020 con l'approvazione del decreto Pelle. Di cosa si tratta?

**F. Bacchi** - Il decreto, che è entrato in vigore il 24 ottobre 2020, ha rinnovato rispetto alla legge precedente la definizione dei termini cuoio e pelle stabilendo che si possa chiamare ed etichettare pelle solo un materiale che abbia due caratteristiche fondamentali: l'origine animale e la struttura fibrosa integra. Per noi era molto importante arrivare a questo risultato proprio per rivende-

## I DISTRETTI CONCIARI ITALIANI NEL 2021

VENETO	TOSCANA	CAMPANIA	LOMBARDIA
Addetti: 8.462	Addetti: 5.604	Addetti: 1.761	Addetti: 856
Imprese: 449	Imprese: 510	Imprese: 142	Imprese: 35
Produzione: 2.179 mln. €	Produzione: 930 mln. €	Produzione: 208 mln. €	Produzione: 138 mln. €

Le aziende conciari in Italia sono concentrate in quattro distretti con oltre 1.100 imprese che impiegano 17mila persone, con un fatturato 2021 di 4,2 miliardi di euro. Il più grande distretto è il Veneto, in particolare la valle del Chiampo, con la presenza sia di grandi gruppi all'avanguardia nell'uso delle tecnologie sia di piccole e medie imprese; la lavorazione principale è di pelli bovine destinate agli imbottiti, alla calzatura e alla pelletteria. In Toscana si concentra il maggior numero di aziende, in maggioranza con un elevato grado di artigianalità e flessibilità per produzioni destinate a brand della moda e del lusso; inoltre la specialità del cuoio da suola viene realizzata quasi interamente in due comuni toscani. Il distretto campano è quello con la storia più antica, come dimostra anche il ritrovamento della Bottega del conciatore a Pompei; oggi è specializzato nella lavorazione di piccole pelli ovine e caprine per abbigliamento, calzatura e pelletteria con una grande tradizione nella lavorazione del guanto. La Lombardia ha oggi un numero molto ridotto di imprese, specializzate nelle produzioni della gamma più alta (fonte Unic e Unic Report Sostenibilità).

i negozi per far capire ai clienti il valore della pelle. Poi alla fine del 2019 abbiamo fatto una campagna pubblicitaria soprattutto sui social, visto che non disponiamo di mezzi ingenti. Cercavamo di contrastare le fake news contro la pelle: non uccidiamo gli animali per fare la pelle, non è vero che inquiniamo e che consumiamo troppa acqua, quali sono le qualità delle pelli in contrasto alle imitazioni.

**Prima** - E perché non ha funzionato?

**F. Bacchi** - Perché è un discorso troppo complesso per essere sintetizzato in slogan. E poi al fondo c'è l'aspetto sensibile di cui parlavo che riguarda la morte de-

dicare la sostenibilità delle nostre aziende. Non abbiamo preconconcetti sui nuovi materiali, anzi come amministratrice delegata di Lineapelle li guardo con curiosità tanto è vero che li esponiamo. Quello che contestiamo è che, non avendo un'origine animale, li si spacci per più sostenibili. Mentre per produrli vengono comunque utilizzate sostanze chimiche e colle, e in tanti casi che garanzie abbiamo che la lavorazione sia davvero sostenibile?

**Prima** - Avverto una nota polemica.

**F. Bacchi** - Ma sì, c'è molta ipocrisia attorno alla sostenibilità, in tanti casi per ignoranza, in altri per piccole furbizie di marketing per andare incontro a un trend

di consumo soprattutto delle nuove generazioni che in realtà ritengo sopravvalutato. Ad esempio ora da parte di alcuni brand c'è la smania di dire che la pelle che utilizzano non è conciata al cromo perché questa sostanza potrebbe provocare allergie. Ma se c'è una concia di cui conosciamo perfettamente il processo di lavorazione, e quindi tutto ciò che è necessario fare perché non sia pericolosa, è questa.

**Prima** - Quali sarebbero le conce alternative?

**F. Bacchi** - Quella al vegetale, molto esaltata ma utilizzabile solo per certe pelli e certi colori, e la metal free con cui alcune aziende stanno ottenendo buoni risultati anche se per il momento non al livello di bellezza della concia al cromo. Ci si arriverà col tempo, visto che le nostre aziende continuano a investire in ricerca tra il 4% e il 10% del fatturato annuo.

**Prima** - Che tipo di ricerche fanno?

**F. Bacchi** - Soprattutto di nuove molecole chimiche biodegradabili e sempre meno impattanti sull'ambiente. Poi sull'uso delle energie rinnovabili e anche sull'acqua: contrariamente a quanto quasi tutti credono, le concerie non consumano tanta acqua perché la riciclano per le varie lavorazioni e poi la depurano, a un livello tale che non può essere immessa nella rete idrica pubblica. In Veneto alcune aziende stanno facendo degli studi proprio per risolvere questo problema. E poi a Napoli c'è la Stazione sperimentale per l'industria delle pelli, un organismo di ricerca, sviluppo tecnologico, formazione a supporto dell'intera filiera. Fanno studi avanzatissimi, spesso assieme ad altri centri di ricerca, che poi si traducono in nuove tecniche di lavorazione e in un sempre più valido controllo della qualità della produzione e dei processi di sostenibilità.

**Prima** - Posso sbagliarmi, ma non mi sembra di aver sentito molto parlare sui media di questi aspetti così innovativi legati anche alla sostenibilità, come invece avviene per l'industria della moda e anche del tessile.

**F. Bacchi** - Non si sbaglia, i media parlano poco o niente dell'industria conciaria.

**Prima** - Come se lo spiega?

**F. Bacchi** - Temo, ancora una volta, per il legame con la morte degli animali. Ma c'è anche un'altra ragione: nella moda, e anche nel tessile, ci sono i brand, mentre le concerie sono aziende che lavorano nell'ombra. Quelle italiane sono le migliori al mondo, tutti i brand del lusso, e parlo anche dell'arredamento e dell'automotive, vengono da noi perché sanno che solo in Italia è garantita l'eccellenza di cui hanno bisogno e, diciamo, anche la flessibilità richiesta da mercati che lavorano a ritmi sempre più serrati e che solo quel felicissimo connubio

tra artigianalità e innovazione tecnologia delle nostre aziende è in grado di offrire. Ma non c'è motivo perché queste aziende comunichino in prima persona, diventino esse stesse dei brand con l'attenzione mediatica che ne consegue.

**Prima** - Un'iniziativa che ha portato notorietà a Unic è la sponsorizzazione del restauro della Bottega del conciatore a Pompei.

**F. Bacchi** - Lo abbiamo fatto perché una delle nostre attività, direi uno dei nostri doveri, come associazione è far conoscere la storia e gli aspetti culturali di un mestiere antichissimo. A un primo accordo, nel 2008, con la Soprintendenza archeologica di Pompei per il restauro architettonico degli edifici,

è seguito un secondo accordo per rendere l'area visitabile al pubblico con un percorso didattico che illustrerà la lavorazione della pelle come veniva fatta all'epoca. Vogliamo che sia uno strumento di narrazione che leghi conoscenza, formazione e produzione. E certamente anche un'occasione di comunicazione. Come lo sarà la mostra a cui sta lavorando a Napoli la Stazione sperimentale sull'arte del guanto, che ci auguriamo possa poi essere itinerante.

**Prima** - Guardando all'immediato futuro, nei prossimi mesi l'industria italiana dovrà affrontare un momento difficile soprattutto a causa dell'abnorme aumento del costo dell'energia. Avete già pensato a come affrontare il problema?

**F. Bacchi** - Veniamo da un primo semestre dell'anno con una ripresa molto significativa, del 20-30%. Ma, certo, ora il futuro è davvero preoccupante per l'aumento dei costi energetici e, a seguire, di tutte le principali voci di spesa gestionali. L'ufficio studi di Unic ha calcolato che, rispetto allo scorso anno, il costo complessivo di produzione di una pelle finita è già aumentato in media almeno

del 12,1% al metro quadro. Sono problemi che condividiamo con tutti gli altri comparti industriali, quindi ci allineiamo alle richieste delle varie associazioni per un intervento governativo che supporti le imprese, limitando gli aumenti spropositati dell'energia. Detto questo, rimango convinta che l'unica strada per il futuro sia continuare a fare ricerca, essere responsabili e attuare tutte le iniziative necessarie per creare un'economia circolare e ridurre ulteriormente l'impatto ambientale. La grande forza dell'industria conciaria italiana sta nell'essere concentrata in distretti dove c'è una commistione tra l'eccellenza delle concerie e la capacità d'innovazione tecnologica di chi produce macchinari e sostanze chimiche. Confido che questa sinergia molto efficace possa continuare a sostenere e far crescere il settore.

**Intervista di Dina Bara**