

UNIC Concerie Italiane

Unic Concerie Italiane rappresenta l'eccellenza della lavorazione della pelle in Italia, un settore che unisce tradizione e innovazione. Fondata nel 1970, promuove la qualità e la sostenibilità nella moda, valorizzando il patrimonio artigianale italiano attraverso eventi, collaborazioni internazionali e iniziative artistiche che esaltano la creatività e il design.

Arte e Cultura si manifestano attraverso iniziative di mecenatismo e progetti di restauro, come quello della conceria di Pompei, che valorizzano la tradizione artigianale e promuovono la conoscenza storica e culturale della lavorazione della pelle. Attraverso esposizioni e collaborazioni con artisti, l'industria si propone come catalizzatore di attività culturali, unendo creatività e sostenibilità per comunicare la bellezza e l'innovazione del settore.

INTERVISTA A

Fulvia Bacchi
Direttrice Generale



Inizierei chiedendo una breve descrizione di UNIC – Concerie Italiane

Fondata il 9 aprile 1946, UNIC - Concerie Italiane è la più importante associazione mondiale del settore conciario. Il suo prodotto - la pelle italiana - è l'esempio di più alto profilo per quanto riguarda la cultura responsabile e innovativa, la progettualità stilistica, lo sviluppo tecnologico, l'impronta circolare e qualitativa. UNIC¹ rappresenta un settore composto da 1.100 aziende, 17.000 addetti, che fattura oltre 4 miliardi di euro all'anno - il 70% del quale destinato all'export in 122 Paesi - e la cui produzione vale il 66% del totale dell'Unione Europea e il 23% a livello globale. Nel 1971 ha dato vita a un'esperienza fieristica che, negli anni, si è imposta come l'appuntamento internazionale imprescindibile per la filiera della moda, del lusso e del design. Line-

apelle si svolge due volte all'anno a Fiera Milano Rho ed è l'unica rassegna fieristica capace di raggruppare nello stesso luogo e nello stesso momento una media a edizione di circa 25.000 visitatori e di 1.200 aziende espositrici provenienti da tutto il mondo, ponendosi come punto di riferimento di una filiera composta da 50.000 aziende, 1 milione di addetti e capace di generare un giro d'affari di 150 miliardi di dollari. Ma Lineapelle è molto di più. È un network di saloni e attività promozionali dell'eccellenza italiana che - a partire da New York, Londra, Seoul, Tokyo e la Cina - esportano in tutto il mondo un modello vincente di networking.

UNIC ha progettualità legate all'ambito dell'arte e della cultura?

La leadership globale, innovativa e sostenibile, della conceria italiana impone

a UNIC responsabilità sostanziali. Una è quella di rispettare la propria identità di industria che affonda le radici in una cultura artigianale plurimillenaria da studiare, preservare e valorizzare, trasformandola in uno strumento formativo e di comunicazione ad ampio raggio. Andando in cerca di quello che potrebbe essere un vero *turning point* di questa progettualità, potremmo scegliere la data del 28 novembre 2018, quando UNIC - Concerie Italiane e Lineapelle si presentano al Parlamento Europeo di Bruxelles per ricevere un riconoscimento che certifica la rilevanza del loro approccio culturale. I Corporate Art Awards nascono sotto il patrocinio dell'allora Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, di LUISS Business School e con il sostegno di Confindustria, Museimpresa, ALES e Ministero degli Esteri. In concorso, 200 progetti, tra cui quello di UNIC e Lineapelle finalizzato al restauro dei resti di un opificio conciario rinvenuti all'interno degli scavi di Pompei che in quel periodo è entrato nella seconda fase, quella che prevede di portare entro il 2023 la conceria restaurata a essere accessibile a tutti i visitatori del Parco Archeologico di Pompei.

UNIC e Lineapelle vincono. Il loro progetto è valutato² come un «esempio di mecenatismo culturale e artistico e di collaborazione tra il mondo del business e quello dell'arte a livello internazionale».

Si tratta di un riconoscimento emozionante non solo per la sua importanza, ma anche perché rappresenta il vertice di una sensibilità per la cura, il sostegno, la promozione culturale e artistica che l'industria conciaria italiana porta scritta nell'anima, espressione di un DNA che ha radici antichissime e diventa una dimensione strutturale della loro attività dagli

anni Novanta del Novecento in poi.

Il catalogo del rapporto di UNIC e Lineapelle con l'arte e la cultura, infatti, è ricco, diversificato e si compone di attività continuative e progetti unici, tutti, però caratterizzati dal denominatore comune del coinvolgimento dei suoi territori di riferimento: i distretti di Arzignano, in Veneto, Santa Croce sull'Arno, in Toscana, Solofra, in Campania e Turbigo, in Lombardia.

Si può iniziare citando il volume “La Conceria Italiana dal Medioevo ad Oggi”: 3.000 copie, di cui 300 rilegate in cuoio, inviate a studiosi, università, biblioteche che UNIC pubblica nel 1994. Passiamo poi al 2001, con il progetto editoriale “La pelle e le sue magie nel regno delle fiabe”, raccolta di racconti celebri contenenti importanti riferimenti alla pelle, arricchito da tavole originali del celebre illustratore Ferenc Pintér e omaggiato alle scuole elementari dei distretti conciari. Nel 2010 UNIC collabora poi con l'Associazione Italiana per la Terminologia - Accademia della Crusca - CNR - per attività di chiarimento su errori ed inesattezze del lessico moderno (dizionari della lingua italiana, Wikipedia) circa i lemmi riferiti ai prodotti di riferimento del settore conciario. Nel 2011 partecipa al restauro del Palazzo Ducale di Venezia e avvia il concorso artistico/creativo Amici per la Pelle, rivolto agli studenti delle scuole medie inferiori presenti nei distretti conciari italiani per i quali il concorso diventa una vera e propria attività didattica curriculare. Nel 2014 UNIC collabora con la compagnia Jas Art Ballet delle étoile della Scala Sabrina Brazzo e Andrea Volpintesta, per l'allestimento dello spettacolo di danza Il Mantello di Pelle di Drago e la creazione dei costumi di scena in pelle. Lo spettacolo sale sul

palcoscenico di due tournée in Italia, oltre che al Lincoln Center di New York e al London Palladium Theatre di Londra. Nel 2016 promuove lo studio “Le parole di un'arte” di Maria Teresa Zanola (Professoressa Ordinaria di Lingua e Traduzione Francese presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore) sul patrimonio di tecnologie e di esperienze del mestiere del conciatore. Il progetto prende avvio dalle carte di Leopoldo de' Medici datate 1650 e si esplicita anche nella performance “Le parole di un'arte” con Giancarlo Giannini. Nel 2018 partecipa al progetto Rivelazioni - Finance for Fine Arts, promosso da Borsa Italiana, sostenendo il restauro del dipinto La Giuditta di Nicolas Régnier. Nel 2023 UNIC sostiene il progetto espositivo e museale Le Vie dell'Acqua a Mediolanum coordinato dal Civico Museo Archeologico di Milano e promuove il Laboratorio del Sogno, attività di edutainment inserita nel programma del Festival dei Due Mondi di Spoleto. Nel novero di tutti questi progetti, però, ne spiccano due che dimostrano come l'impegno culturale di UNIC e Lineapelle rappresenti un indiscutibile unicum. Il primo è quello che ha portato alla vittoria del Corporate Art Award nel 2018. Il suo punto di partenza è lontanissimo nel tempo. Siamo nel 79 d.C, quando il Vesuvio esplose e seppellisce sotto le sue ceneri Ercolano e Pompei. Il passo successivo è invece datato 1873, quando all'interno degli scavi di Pompei (presso Porta Stabia, nel quartiere dei teatri e delle botteghe) viene scoperta e parzialmente riportata alla luce una conceria. Occorre attendere il 1950 perché lo scavo venga completato, rivelando qualcosa di stupefacente. Un'abitazione con annessa area di concia delle pelli: un porticato diviso in 6 scompartimenti separati da 5 tramezzi, in 3 dei

quali è murata la conduttura che portava acque alle giare; 15 vasche circolari in muratura, rivestite di cocciopesto, con foro di carico e scarico, 12 delle quali per la concia al vegetale di pelli grandi e 3 per quella all'allume di rocca di pelli piccole; un triclinio con tavola centrale decorata da un mosaico iconico per l'intero Parco Archeologico di Pompei, il Memento Mori, oggi conservato al Museo Archeologico di Napoli insieme a tutti gli strumenti da lavoro ritrovati durante gli scavi. Nel 2008 entrano in scena UNIC e Lineapelle che sottoscrivono una convenzione con la Soprintendenza di Napoli e Pompei per il restauro del complesso conciario, investendo nel progetto circa 500.000 euro. Nel febbraio 2018, il progetto entra nella seconda fase che deve portare la conceria a essere fruibile dai visitatori di Pompei, mettendo in sicurezza il percorso che conduce alla struttura, dando vita a un museo a cielo aperto dove fare esperienza del valore storico, culturale e formativo dell'attività conciaria. Nel 2023, a fine giugno, la conceria restaurata di Pompei apre al pubblico ponendosi come luogo ideale dove organizzare visite didattico-formative per diffondere conoscenza sul passato e sul presente dell'arte conciaria e della pelle a beneficio degli studenti delle scuole di ogni ordine e grado. Non solo: la conceria restaurata di Pompei, nella visione di UNIC, si pone come uno spazio di coinvolgimento e condivisione, all'interno del quale organizzare eventi culturali e di moda destinati a un target trasversale e non solo agli stakeholder del settore. In quest'ottica, infine, si inserisce la realizzazione - attualmente in corso - di un volume divulgativo di grande formato che racconterà la storia della conceria di Porta Stabia attraverso un'am-

1 UNIC - Concerie Italiane aderisce a Confindustria, alla Confederazione Europea dei Conciatori (Gotano), all'International Council of Tanners (ICT), a Confindustria Moda

2 La giuria dei Corporate Art Award è composta da Eike Schmidt (direttore Gallerie degli Uffizi), Bartolomeo Pietromarchi (direttore MAXXI Arte), Stefano Pizzi (responsabile Relazioni Esterne di Brera Academy of Fine Arts), Gabriel Zuchtriegel (direttore del Parco archeologico di Paestum), Gianluca Comin (membro del CdA di Biennale Venezia), Luca Desiata (docente di Corporate Art presso LUISS Business School), Carlo Capocioni (responsabile Public Affairs and Cultural Relations di ABI), Luca Pirolo (direttore del Creative Business Center di LUISS Business School), Carolina Botti (direttore ALES), Renzo Iorio (presidente del gruppo tecnico Cultura e Sviluppo di Confindustria).



pia selezione di immagini e una serie di interventi testuali di approfondimento. Il secondo progetto è editoriale, nasce nel 1893 e, nel corso di oltre un secolo di storia - esclusi gli stop imposti dalle due guerre mondiali -, da strumento di informazione commerciale e condivisione culturale riferito esclusivamente al settore conciario si impone come piattaforma di comunicazione indispensabile per tutta la filiera che gravita attorno alla produzione e all'utilizzo della pelle: dai fornitori delle concerie ai clienti di ogni tipologia merceologica e segmento di mercato. La testata "La Conceria" nasce nel 1893 e si distingue fin dal primo giorno e in modo ben circostanziato dal tipico house organ settoriale. Il suo obiettivo non è esclusivamente quello di condividere i listini commerciali della materia prima, ma di raccontare, informare, attivare dibattiti, fare opinione. Creare cultura. Fin dal primo numero è possibile distinguere il filtro di una competenza giornalistica che ancora oggi rappresenta il tratto professionale identitario della testata e che le permette - pur avendo mantenuto la storica edizione cartacea (ora mensile) distribuita solo su abbonamento - di raccogliere i frutti di una migrazione digitale che, nell'ultimo decennio, l'ha portata a raggiungere una diffusione organica in continuo accrescimento. Nei primi sei mesi del 2024 il portale www.laconceria.it ha totalizzato oltre 2 milioni di visualizzazioni, quasi 9 milioni di interazioni, coinvolgendo e fidelizzando oltre 700.000 utenti unici. Edita da Lineapelle, La Conceria è un esempio di come un comparto industriale a forte matrice artigianale sia in grado, da più di 130 anni, di approfondire in modo ampio e capillare temi che spaziano dalla cronaca settoriale agli scenari macroeconomici,

diffondere la propria cultura, disseminare il valore dell'eccellenza manifatturiera italiana.

Una progettualità veramente ricca e che parte da lontano: quali sono gli obiettivi che vi siete posti lanciando queste iniziative?

Lo scopo di queste attività non è solo quello di valorizzare il settore conciario e la pelle, ma anche ampliare l'impatto positivo della conceria italiana all'interno del contesto industriale e sociale di riferimento. Ma il nostro obiettivo va oltre, a dimostrazione di come per UNIC e Lineapelle fare cultura non sia solo una responsabilità, ma una risorsa che genera coinvolgimento e condivisione ad ampio raggio: uno straordinario e virtuoso strumento di comunicazione verticale e orizzontale. Questo modello di progettualità pone UNIC e Lineapelle nel duplice ruolo di catalizzatore di molte attività culturali e di loro sostenitore attivo (come nel caso del rapporto con le istituzioni museali presenti nei distretti italiani della concia), ma anche in quello di osservatore privilegiato nei confronti di un'attitudine che si è storicamente diffusa tra le concerie italiane. Gli esempi sono innumerevoli e, per molti aspetti, stupefacenti. Si va da concerie che negli anni hanno coinvolto nella loro attività fotografi di altissimo valore come Mimmo Jodice e Oliviero Toscani ad altre che, con il sostegno di UNIC e Lineapelle, hanno avviato fondazioni artistiche che promuovono progetti culturali di ampio respiro. Si va da aziende che utilizzano l'arte e la creatività come strumenti di condivisione territoriale destinati in particolare ai giovani, fino a concerie che ospitano residenze artistiche. Non potreb-

be essere altrimenti: basta entrare negli stand delle concerie in qualsiasi edizione di Lineapelle per comprendere appieno come ogni pelle somigli alla tela di un pittore che attende di essere trasformata in una serie pressoché infinita di opere d'arte e artigianalità. Esempi di bellezza creati da un'industria che, per rimanere in ambito di divulgazione culturale d'impresa, nel 2022 ha allestito e promosso la mostra "The Beauty of the Italian Tanning Industry", progetto espositivo il cui scopo è quello di comunicare a un target assolutamente trasversale e non focalizzato sugli addetti ai lavori la "bellezza" di un modello produttivo che somma in sé tradizione e artigianalità, scienza e tecnologia, creatività e design. Il tutto raccontando in modo stimolante e inedito ogni aspetto del materiale pelle, del suo ciclo di produzione circolare e del suo approccio green in costante miglioramento.

La mostra è stata allestita nel 2023 presso l'ADI Design Museum di Milano, alla fiera Ecomondo di Rimini e al Beijing Institute of Fashion Technology di Pechino. Queste sono le prime e significative tappe di un roadshow che nei prossimi mesi toccherà altre capitali internazionali.

Tutte le testimonianze di impresa evidenziano almeno tre denominatori comuni: la volontà di produrre un cambiamento importante; l'aderenza al business o, più in generale, al posizionamento di mercato; l'elevato grado di impegno organizzativo.