

ARZIGNANO/1. Nell'assemblea di Confindustria presentato un progetto di comunicazione e azione per valorizzare l'immagine del settore

Porte aperte per rilanciare la concia

Sito Internet per promuovere il dialogo con i cittadini, un portale della pelle veneta e informazione sul trattamento dei fanghi

Silvia Castagna

Conferie aperte per eventi con il pubblico come nelle cantine vinicole, un sito Internet interattivo per dialogare con i cittadini, un portale vetrina della pelle veneta, informazione scientifica sull'impianto per il trattamento termico dei fanghi della concia.

Comunicazione e azione: sono le direttrici obbligatorie per rilanciare l'immagine del settore concia. E' stato battezzato ad Arzignano, nel corso dell'ultima assemblea della sezione concia di Confindustria, un progetto per la valorizzazione del settore, nato da un'idea degli Industriali condivisa da tutti gli attori che ruotano intorno al mondo della concia: il

consorzio conciatori della provincia di Vicenza, l'Unic, l'Utia, Confartigianato, la Camera di Commercio, il gestore del servizio idrico Acque del Chiampo, i componenti del progetto Green Valley. Obiettivo: ricostruire la reputazione del comparto, ridurre la distanza fra il mondo della concia e il suo territorio.

La strada è decisamente tutta in salita: dopo i tempi pionieristici degli scarichi incontrollati nel Chiampo, e fino alle recenti vicende di evasione fiscale, i conciari sono percepiti come inquinatori ed evasori, che usano manodopera poco specializzata in aziende sporche e malsane. Non è proprio così: il comparto da solo produce quasi l'1% del Pil nazionale, uscito con le ossa rotte dalle

inchieste giudiziarie e dalla crisi economica mondiale, ha saputo reinventarsi, diversificare il prodotto, confermarsi come capitale della pelle puntando sulla qualità.

«I punti di forza del settore ci sono, ma sono poco conosciuti - ha detto Chiara Mastrotto, amministratore delegato dell'omonimo gruppo e vicepresidente della sezione concia, presentando il progetto - la qualità dei prodotti, per esempio: il distretto fornisce pelli ad aziende leader nel settore moda, pelletteria, calzature, arredamento e automotive; poi la vitalità delle imprese capaci di razionalizzare il lavoro, diversificare la produzione per reagire a situazioni congiunturali difficili. Oggi molte aziende hanno certificato i propri processi produttivi, e il progetto

Giada, che monitora la qualità di acqua e aria, misura dati in miglioramento».

Il mondo della concia è cambiato ma il comune cittadino non lo sa. «Vogliamo - conclude Mastrotto - aprire le porte delle conferie: per spiegare i processi e le tecnologie, per far piazza pulita di alcuni stereotipi su questo lavoro e iniziare il percorso di riqualificazione dell'immagine». ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chiara Mastrotto

**Chiara Mastrotto:
«La qualità dei prodotti e la vitalità delle imprese sono i punti di forza»**

L'indagine

Migliorare l'opinione sul settore

Per sapere come reagire è necessario capire come si viene percepiti. All'insegna di questo slogan la prima azione del progetto di valorizzazione del settore concia sarà un'indagine, eseguita mediante distribuzione di questionari, presso l'opinione pubblica e alcuni opinion leaders. Le risposte consentiranno di

misurare cosa i cittadini pensano effettivamente delle aziende conciarie e del territorio che ne è epicentro. La fase successiva, di un percorso che si ipotizza di durata triennale, prevederà iniziative di: "comunicazione e dialogo con i cittadini" per migliorare la conoscenza del settore. Si pensa ad un sito web promozionale dei prodotti del settore e interattivo per accogliere voci e commenti di cittadini ed imprese. E poi visite guidate nelle aziende e l'affiancamento agli enti preposti per la diffusione di informazioni sul progetto di trattamento dei fanghi conciari. **S.C.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una fase della lavorazione delle pelli in una conceria dell'area arzignanese. ARCHIVIO

