

L'ECONOMIA DELLA FORMA

UNA RIUTILIZZA SFRIDI E MATERIALI DI RISULTA DI GRIFFE E FAÇONNISTI PER CREARE NUOVI ACCESSORI, PEZZI UNICI DEL DESIGN E DELL'ECONOMIA CIRCOLARE. L'ALTRA HA DEFINITO UN MODELLO DI BUSINESS CHE, CENTRANDO IL PROCESSO SUL CRUST NON TINTO E SU UNA TECNICA SEGRETA DI TRASFERIMENTO DEL DISEGNO SULLA PELLE, OFFRE BORSE DALLA DUPLICE VIRTÙ: SONO INIMITABILI E RISOLVONO I PROBLEMI DI MAGAZZINO. DUE ESPERIENZE DALLA FIERA DELLA PELLETERIA DI MILANO

Baiadera

Il risultato sono borse ricche di colori e fantasia, tagliate e dipinte a mano, una alla volta, dopo che con una tecnica esclusiva (nonché "segreta") si è trasferito il disegno su pelle. Dietro le quinte di **Baiadera**, brand campano fondato nel 2004 e ora distribuito in Russia, Giappone e Stati Uniti, c'è l'intuizione di due sorelle, **Maria Rosaria** e **Anna Supino**: una con esperienze nel mondo della moda, l'altra laureata in Economia ma con sensibilità artistica. «Sapevamo quanto per le aziende della filiera lo stock di pellami inutilizzati possa essere un problema - raccontano -. Quindi abbiamo deciso di lavorare solo **crust non tinto**, così da avere la stessa base bianca per tutti i modelli e non rischiare di fare magazzino». La seconda ragione del successo è la tecnica di lavorazione: «La nostra non è una semplice pelle stampata: il colore è nella pelle, come un **tatuaggio** - aggiunge Maria Rosaria - e proprio come un tatuaggio, nel tempo non si rovina, ma si trasforma e assume calore».



Re-new

Ogni modello è unico. Al massimo ha un gemello. Non potrebbe essere altrimenti, produzioni industriali sono impossibili. Perché **Re-New**, brand fondato nel 2015 dalla designer Marta Ippolito con il cugino Fabio Figini, riutilizza pellami e tessuti avanzati ai produttori, valorizza gli sfridi, recupera e dona nuova vita a materiali essenziali. «I nostri modelli non sono replicabili», spiega Ippolito. Re-New stringe accordi con le singole aziende per **acquistarne** i materiali di risulta: malgrado in questo modo risolva un problema ai fornitori, smaltendo per loro uno scarto, «compriamo i pellami a un prezzo poi non così più basso di quello originale», continua la designer. Re-New è una startup con sede presso l'incubatore del Politecnico di Torino. Si posiziona in fascia premium e, al momento, ha per lo più un pubblico italiano. «A volte le griffe scartano le pelli perché sono difettate - continua Ippolito -: il nostro lavoro è **valorizzare quello stesso difetto**». Re-New ha lanciato il progetto Emotional Bag: una piattaforma online dove è lo stesso cliente a offrire un vecchio capo, speciale dal punto di vista affettivo, da trasformare in un nuovo accessorio.

