

Alessandro Iliprandi

Presidente e amministratore delegato, Bonaudo

Le regole dell'attrazione

Nelle culture di ogni luogo e di ogni tempo c'è sempre stato un solo mestiere socialmente difficile, ed è quello del conciatore. Non lo è solo per la materia prima trattata - le carcasse animali, anticamente l'acido ippurico - ma anche per la collocazione di questi laboratori, necessariamente *extra moenia* almeno per l'espletamento della fase del lavaggio, com'è ovvio per evitare di incomodare il vicinato con odori molesti. Quello del conciatore, in molte parti del mondo e prevalentemente a est, è ancora un lavoro "sporco", altamente inquinante, che sconta pregiudizi storicamente radicati e valutazioni di compatibilità ambientale difficili da estirpare nonostante in aree come l'Europa la legislazione sia molto chiara e specialmente in Italia la normativa sulle acque reflue e l'uso di agenti chimici sia particolarmente severa. "Un tempo le concerie erano luoghi sgradevoli, costantemente umidi se non attraversati da rivoli di acque sospette. Oggi possono essere belle come musei", dice Alessandro Iliprandi,

vicepresidente dell'associazione di categoria, UNIC, che a Cuggiono, a pochi chilometri dal centro di Milano, guida la griffe delle concerie italiane, Bonaudo, fornitrice di Gucci, Ferragamo, Hermès, Brett Johnson, Céline, tutti nomi da cui, dice, "ho imparato moltissimo", che è un modo abile e cortese per sottolineare come fra la sua attività e quelle dei *brand* più famosi del mondo esista uno scambio culturale e di saper fare. Nata nel 1923 a Chivasso, non a caso importante centro laniero piemontese, per volontà di un clan di fratelli e cugini e poi divisa e rinata in altre forme a fronte di rivalità e dissidi familiari evidentemente insanabili, Bonaudo rappresenta oggi nella moda accessorio e nel design quello che nella componentistica è Intel, cioè un "*ingredient brand*" così importante da essere messo volentieri in risalto sulle cartelle stampa. Gli ambienti della sede di questa grande conceria, che ha filiali nel veronese e a Montebello, a Santa Croce sull'Arno e a Cuggiono, cioè ovunque, in Italia, si producano accessori in pelle di

alta qualità, sono stati disegnati da Vincenzo de Cotiis, uno dei più raffinati architetti e creativi d'interni a livello mondiale, da cui origina anche l'impressione di entrare in una *showroom* di moda ogniqualvolta se ne varchi la soglia. Piante, pavimenti specchiati, molto bianco, i bottali evidenti ma anche attraenti nelle loro doghe di legno e il fasciame d'acciaio come potrebbero esserlo in una cantina, e un archivio poderoso, alimentato dalle molte collaborazioni con designer importanti. "Se vogliamo che i giovani trovino attraente questo mestiere, dobbiamo offrire loro un ambiente piacevole", sintetizza, puntualizzando come, "in azienda, l'età media dei dipendenti non superi i trentacinque anni, in genere arrivano a diciotto e sì, li formiamo noi". Quando arrivò in Bonaudo nella prima metà degli Anni Novanta, Iliprandi era laureato da poco e non era affatto del mestiere, che è invece una caratteristica abbastanza comune in questo comparto dove la sapienza artigiana si tramanda di generazione in generazione e, dettaglio non irrilevante, la presenza femminile ai vertici è molto elevata. Ne intuì le potenzialità, decise di restare. Ha rivoluzionato il settore, dettandogli una linea estetica sul quale si è modellata tutta la concorrenza. Eppure, nella sua essenza, l'arte conciaria non è cambiata da quando - e la recente scoperta e restauro di un grande impianto a Pompei finanziato proprio da UNIC lo dimostra - Ovidio scriveva del lusso di certi "*pellibus tecta tempora*". Un mestiere necessario "almeno fino a quando il mondo non smetterà di mangiare carne,

perché noi provvediamo al recupero di un materiale di scarto che, se non trattato, sarebbe altamente inquinante e difficile da smaltire", ricco abbastanza da aver dato origine al termine "pecunia" (derivato da "*pecus*", definizione generica di "bestiame" in latino), costantemente sotto attacco da parte di chi ne ignora i fondamentali, che è in realtà la maggior parte della gente. Volessimo escludere certe pelli esotiche, per esempio il pitone e il cocodrillo, per le quali gli stessi *brand* della moda hanno acquisito e sviluppato nel tempo allevamenti e concerie, e che comunque paiono in vertiginosa caduta di gradimento presso il pubblico più giovane, si potrebbe affermare che nessun animale venga allevato per coprirci le spalle, mentre non ci sono dubbi che gli stessi scarti della conceria vadano ad alimentare il settore cosmetico e farmaceutico in forma di collagene e gelatine per le capsule. "La pelle animale è stato il primo abito dell'uomo e, volendo sintetizzare, il procedimento per la sua concia non è mai cambiato", afferma: "Si è evoluta la tecnologia. Noi ricicliamo la quasi totalità dell'acqua che usiamo, attorno alle nostre fabbriche abbiamo aree di verde pari a quelle coperte, siamo termicamente autonomi". Del mestiere lo affascina l'opportunità di trasformare un rifiuto in un prodotto di lusso, e anche di riqualificare la professione, oltre naturalmente "alla bellezza intrinseca delle pelli" che, se si stanno facendo sempre più leggere, "tattili" e lucenti è, forse, anche per allontanare la percezione della *gravitas* della loro natura.