



BARBARA GANZ

Quando affetti (canini) determinano il business

Gli occhi di un cane. Il suo affetto, la sua amicizia. Sono entrati nella vita di Paolo Anemone nove anni fa, e inevitabilmente anche nel suo lavoro. «Romeo ha fatto scattare qualcosa, vivere con un animale ha accresciuto un certo tipo di sensibilità che già avevo - racconta -. Sono diventato vegetariano, e nel giro di pochi mesi vegano».

Secondo il Rapporto Eurispes 2011 vegetariani e vegani in Italia sono il 6,7% della popolazione: persone per le quali l'amore e il rispetto per gli animali finiscono per influenzare anche le abitudini alimentari. Rinunciando a carne, pesce e talvolta anche a uova e latte, che non comportano l'uccisione, ma lo sfruttamento e le sofferenze legate agli allevamenti intensivi.

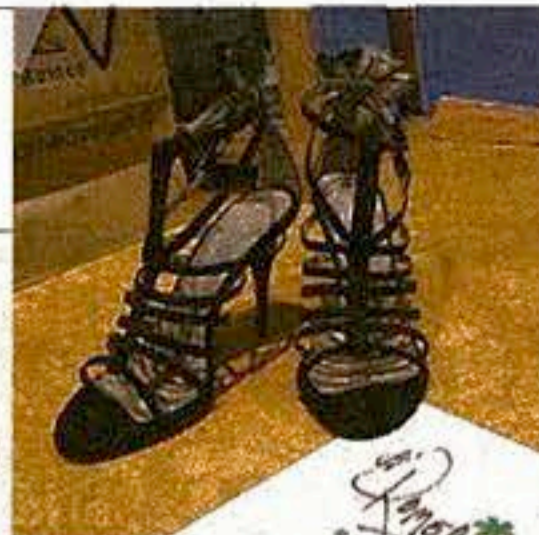
Ancora più complicato conciliare il lavoro: «Il mio mestiere e quello della mia famiglia è sempre stato quello di produrre e vendere scarpe. Il problema era conciliare quello che facevo con le mie convinzioni». Due anni fa il trasferimento dal Piemonte al Veneto e l'inizio della nuova avventura.

Continua ► pagina 7

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IMPRESE INNOVATIVE

La Di Romeo



No al cuoio. L'azienda fa ricerca e vende prodotti realizzati con materiali di derivazione non animale

Scarpe (ispirate) per i vegani

► Continua dalla prima pagina

L'azienda si chiama Di Romeo, che - manco a dirlo - è il nome del batuffolo bianco che ha segnato la svolta: «Un regalo, una coccola che cambiò la mia vita. Un adorabile cagnolino bolognese candido come la neve. La vita a stretto contatto con un non-uomo accresce, forma, rende più sensibili, meno cinici, meno egoisti; sono cose che non si possono discutere con chi non ha avuto tali esperienze, Romeo ha ingigantito l'amore e il rispetto che già provavo nei confronti degli animali, al punto da decidere di non cibarmi più di loro. Ma non bastava».

Così racconta Paolo Anemone, che nel 2009, trasferitosi a Vigonovo, conobbe Federico Bellò, anch'egli figlio d'arte nel calzaturiero. Anch'egli munito di cane, Beppe. «La soluzione - racconta Anemone - non era cambiare mestiere, ma solo cambiare il materiale delle scarpe che vendevo». Non facile, se si pensa che il 99% delle calzature sono fatte di pelle e cuoio. Così, nell'autunno di tre anni fa, nasceva il primo campionario di scarpe prodotte senza parti animali. La ricerca di una materia prima che rispondesse anche a esigenze di qualità si è fermata su una microfibra di sintesi, che nelle fasi iniziali veniva acquista-



Dall'amore al business. A sinistra, Romeo, il cane di Paolo Anemone; a destra, Anemone, Bellò e Manente; in alto, un modello della collezione aziendale, esportata negli Stati Uniti, Germania, Regno Unito e Canada

ta e poi data ai primi fornitori che producevano scarpe in pelle: «Ovviamente all'inizio il tutto veniva giudicato una follia. Invece, grazie anche a un sito di e-commerce autoprodotta, le vendite sono partite e in ogni parte del mondo è scattato una sorta di passaparola via web fra i potenziali consumatori, molti dei quali all'estero, dove la sensibilità per questi temi è largamente diffusa».

Oggi la Di Romeo Vegan, con sede nel pieno distretto del Brenta, conta

sull'opera dei due soci fondatori e di un collaboratore, Andrea Manente, delegato a seguire fiere e mercati. «Abbiamo l'attenzione dei vegani, ma non solo e non necessariamente: ci cerca anche chi è attento all'ambiente, oppure soffre di allergie. Da noi l'assemblaggio avviene mediante collanti eco-compatibili, ridotti comunque al minimo indispensabile grazie alla cucitura diretta. L'uso di materiali anallergici in questo senso è un valore aggiunto. Tomaie e fodere sono in lino bio e co-

tone, la soles in gomma rigenerata».

Per un impatto di inquinamento ridotto di nove decimi e molti controlli: «Il 100% del prodotto finale deve essere in materiali sostitutivi e cruelty free. Occorre vigilare sulle possibili contaminazioni, perché molte delle comuni calzature contengono al proprio interno componenti a loro volta di origine animale, ma in dettagli difficilmente riconoscibili da chi non è un tecnico del settore. Per questo controlliamo ogni aspetto e ogni

fornitura». Intanto la ricerca continua, e si concentra su nuovi materiali interamente di origine naturale: «Già oggi l'80% della materia prima è composta da fibre, sugheri, lino, canapa, caucciù, gomma - spiega Anemone -. L'impatto ambientale è ridottissimo rispetto a quello dell'industria conciaria».

Con una produzione che dalle 5 mila paia iniziali punta al raddoppio, e prezzi medi che vanno dai 60 ai 150 euro, la fascia di riferimento è quella media: «Vendiamo negli Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Europa, soprattutto in Germania; la novità che proponiamo è tutta nel materiale, non nei modelli che sono quelli tradizionali, dal mocassino alla polacchina. Dopo le collezioni uomo e donna, stiamo valutando se avviare quella per i bambini. Le vendite viaggiano online, ma anche in alcuni punti vendita, nello show room aperto in azienda e anche, grazie a uno stand itinerante, nelle fiere di settore, come il Sana di Bologna». Piccola ma in crescita, Di Romeo rimane finora un caso pressoché unico in Italia: «I nostri competitor sono produttori artigianali; in Europa sono una decina le imprese che hanno avviato un percorso analogo. Una causa, quella dei diritti degli animali, sposata anche dal componente veneto dei Pooh, Red Canzian: per la sua ultima tournée ha indossato un modello firmato Di Romeo appositamente per lui.

Barbara Ganz

© RIPRODUZIONE RISERVATA