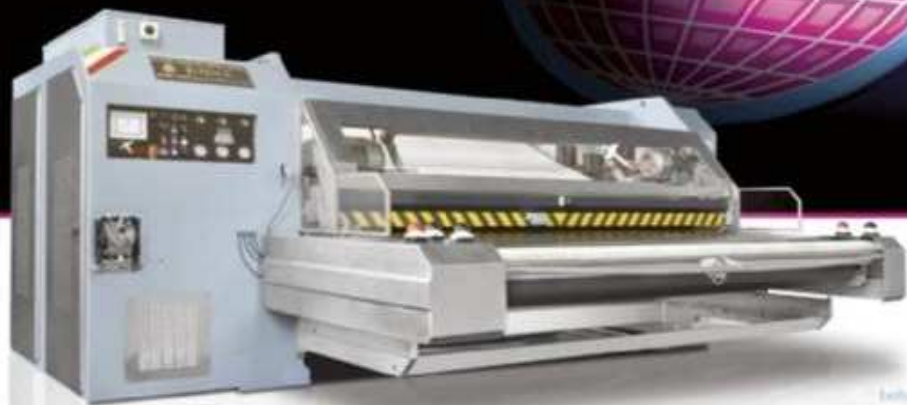


ars tannery⁰⁶

THE ITALIAN MAGAZINE ON TANNING TECHNOLOGY, CHEMICALS AND MACHINES

We introduce
a New world
of Sammying

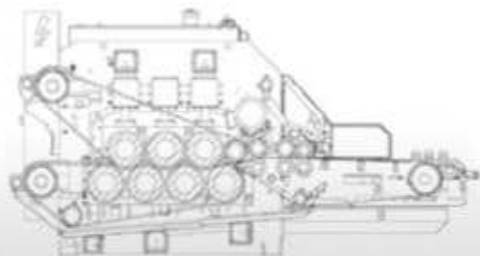


BLUEXTREME VERSUS

NEW SYSTEM
WITH DOUBLE SETTING
CYLINDER TO WORK
THE LEATHER
Easily to belly, Easy to neck,
Easy to belly for leather with hump.



BLUE
X
TREME
VERSUS



New system for sammying Wet-Blue leather
with 7 sammying cylinders and 8 sammying points
(patented)

BAUCE TRIMA SRL

Via del Lavoro, 27 - 36070 Trisano (VI) Italy
Tel. +39 0445 490913 - Fax +39 0445 420096
info-trim@bauce.com

www.bauce.com



Da oltre 40 anni qualità, innovazione e cura nei particolari
For over 40 years quality, innovation and attention to detail

New projects

COLORANTS, CLARITY AND ONLINE COMMUNICATION

The "Madeincolours" project has been presented which plans creating an informative label for coloured products in Europe and launching a communication campaign aimed at end consumers

From Santa Croce to Arzignano, Varese, Como, Bergamo the new "Madeincolours" project has been successfully presented in major tanning and textile areas, with the aim of representing the interests of small European industries that "colour" leathers, fabrics but also paper and plastic, helping particularly to communicate with end consumers.

«The project - explained Michela Kahlberg, sole director of REACH&Colours and manager of three European Reach consortium for organic colorants - has been created to defend our work and expertise in a period that is already delicate but made even harder by demanding community standards and competition of non-European countries. My professional position has in fact given me first hand knowledge of the difficulties that

regulations of Reach (and others) create for our firms». Such an objectively exacting certification, even if necessary, results in great incongruence: if on one hand it makes European products safer, more ethical and controlled, on the other it disadvantages them on the market as it also inevitably makes them more expensive than those of competitors unhampered by controls. «The real problem, in our sector, is that end consumers don't realize the great difference in quality behind the difference in price and this is where we must step in» - continued Ms Kahlberg. In fact, Madeincolours proposes that European firms concerned in industrial colouring join forces so as to, finally, establish clear, direct and effective communication between trade and consumers. It intends to promote two fundamental concepts in particular:

1. that an article coloured in Europe is safer for the environment and for people because it responds to the strict and costly requisites that do not exist or are ignored elsewhere;
 2. that buying an article coloured in Europe means supporting the European economy, its industries, its employees and its expertise.
- «With this aim we will create an informative label that distinguishes products coloured in Europe and, at the same time, start an international communication campaign to inform consumers and increase their awareness of the values and advantages of controlled colouring. Joining forces is our greatest opportunity to promote and relaunch the sector» - concluded Michela Kahlberg.



COLORANTI, FACCIAMO CHIAREZZA E METTIAMOCI IN RETE

Presentato il progetto "Madeincolours" che prevede la creazione di un'etichetta informativa per i prodotti colorati in Europa ed il lancio di una campagna di comunicazione verso i consumatori finali

Da Santa Croce ad Arzignano, passando per Varese, Como, Bergamo. E' stato presentato con successo nei principali distretti conciari e tessili il nuovo progetto "Madeincolours" che si propone di rappresentare gli interessi della piccola industria europea che "colora" pelli, tessuti ma anche carta e plastica, in particolare aiutandola a comunicare con il consumatore finale.

«Il progetto - ci spiega Michela Kahlberg, amministratore unico di REACH&Colours e manager dei tre consorzi europei Reach per i coloranti organici - nasce per difendere il nostro lavoro e la nostra professionalità in un periodo di per sé delicato, ma reso ancora più pesante dalle gravose normative comunitarie e dalla concorrenza dei paesi extraeuropei. La mia posizione professionale mi ha infatti portato a

sperimentare in prima persona le difficoltà che il regolamento Reach (e non solo) comporta per le nostre imprese».

Una certificazione oggettivamente così onerosa, per quanto necessaria, porta con sé una forte incongruenza: se da un lato rende i prodotti europei più sicuri, etici e controllati, dall'altro li penalizza sul mercato, perché li rende anche inevitabilmente più costosi di concorrenti non vincolati ad alcun controllo.

«Il vero problema, nel nostro settore, è che il consumatore finale non ha percezione della profonda differenza qualitativa che c'è dietro la differenza di prezzo. Ed è su questo che dobbiamo intervenire» prosegue la Kahlberg. Di fatto Madeincolours si pone l'obiettivo di unire le forze delle imprese europee operanti nella colorazione industriale, allo scopo di attuare finalmente una comunicazione chiara, diretta ed efficace tra aziende e consumatori. In particolare, intende promuovere due concetti fondamentali:

1. che un articolo colorato in Europa è più sicuro per l'ambiente e per l'uomo, perché rispetta normative severe e costose che non esistono o non vengono rispettate altrove;
2. che acquistare un articolo colorato in Europa significa sostenere l'economia dell'Europa, le sue industrie, i suoi lavoratori, le sue professionalità. «A questo scopo creeremo un'etichetta informativa che contraddistingua i prodotti colorati in Europa e, in parallelo, avvieremo una campagna di comunicazione internazionale per informare i consumatori e sensibilizzarli sul valore e i vantaggi di una colorazione controllata. Fare rete è la nostra più grande opportunità per valorizzare e ridare slancio al settore» conclude Michela Kahlberg.