



LEATHER TEC NEWS

Novembro de 2018

Nesta edição:

- Moda muda de pele

- Jaguar, Land Rover e Clarks Colaboraram para Criar uma Coleção de Sapatos Masculinos

- Colagénio Estabilizado ou Couro?

Moda muda de pele

Com o couro de alta qualidade a tornar-se cada vez mais raro, as marcas de luxo estão a optar por outras alternativas. A pele de peixe poderá ser uma solução.



O designer islandês Boas Kristjánsson apresentou a sua coleção de alta-costura batizada “Karbon” na Semana da Moda de Paris, em julho último, onde usou precisamente pele de peixe. A tecnologia para desenvolver este tipo de pele vem da única empresa na Europa (entre uma das únicas no mundo), que fornece pele de peixe para casas de moda de luxo criarem vestuário, sapatos e bolsas. Além disso, permite a criadores independentes, como Boas Kristjánsson, desenvolverem os seus produtos no local. Denominada Atlantic Leather, a empresa tem sede na

pequena cidade de Sauðárkrúkur, num fiorde no nordeste da Islândia. John Galliano, Prada, Christian Dior, Louis Vuitton e Salvatore Ferragamo, por exemplo, já utilizaram a pele de peixe da Atlantic Leather nas suas coleções e desfiles.

A verdade é que, cada vez mais, as marcas de luxo estão a optar por peles alternativas, devido à escassez de couro de qualidade, causada pela grande procura por produtos de pele em todo o mundo, especialmente na China. Em 2015, o mercado global para acessórios de couro valia 43 mil milhões de euros, de acordo com a consultora Bain & Company. Em 2016, as importações chinesas de produtos de couro superaram, pela primeira vez, em valor, as importações da matéria-prima.

Redes sociais impulsionam vendas de couro

Além da China, o surgimento e o impacto dos influencers contribuiu para aumentar a procura por produtos de couro entre os millennials.

“ ...Uma grande parte da procura está a ser alimentada pelas redes sociais ... ”

“ ... empresas focadas em diminuir os desperdícios ... ”

“ ...sapatilhas de corrida a partir de pele de perca ... ”

«Só a LVMH aumentou em 25% as vendas em produtos de couro no último trimestre», revela Jharonne Martis, diretor do departamento de Pesquisa dos Consumidores da Thomson Reuters. Uma grande parte da procura está a ser alimentada pelas redes sociais.

Por exemplo, quando a Balenciaga lançou o seu conhecido “dad shoe”, as sapatilhas com solas maciças, parte superior grossa, e padrões excêntricos dos anos 90, que os pais dos millenials aparentemente gostavam, acrescenta Martis, muitos ‘influencers’ e modelos alimentaram a tendência. «Agora, a LVMH e outras marcas têm a sua própria versão do “dad shoe” e estão a tentar capitalizar o produto», afirma.

A sustentabilidade dá dinheiro

Para dar resposta à procura, muitas marcas buscam pele de couro com melhor qualidade, para manter os seus padrões, e querem fazê-lo de forma ética e sustentável. Quando não vem de uma vaca (ou de peixes), a pele é criada num laboratório, a partir de restos de abacaxis e até imprimida em 3D.

«Com o mercado de produtos de luxo a crescer, é necessária mais pele. Tem crescido, de forma lenta, mas segura, a atenção dada à sustentabilidade» reconhece Luca Solca, analista de luxo na Exane BNP Paribas. «Desta forma, o

aprovisionamento de couro torna-se crítico», admite.

A BEEN, uma startup de Londres, é uma das várias empresas focadas em diminuir os desperdícios, ao fazer malas a partir de pedaços de couro que, de outro modo, seriam descartados em fábricas no sudoeste da Ásia. «Os curtumes do Reino Unido conseguem aproveitar melhor os seus próprios desperdícios, enquanto que em países como Bangladesh, Índia e China, de onde provavelmente são os sapatos e cintos que usamos, os restos de couro acabam, habitualmente, em rios ou aterros», explica Genia Mineeva, fundadora da BEEN. A startup faz forros e fechos para malas a partir de garrafas de plástico recicladas. «Há definitivamente uma grande procura por produtos de beleza feitos de forma sustentável», acrescenta Mineeva.



As grandes marcas também estão na corrida para a sustentabilidade. A Nike, por exemplo, está a experimentar criar sapatilhas de corrida a partir de pele de perca, uma espécie de peixe.

Um processo lento que compensou

No peixe, uma tonelada de filetes corresponde a cerca de 40 quilogramas de pele, que é usualmente desperdiçada. Enquanto algumas marcas de luxo têm interesse em fabricar produtos pouco usuais a partir de pele de peixe, criar a matéria-prima não é fácil. Gunnstein Bjornsson, CEO da Atlantic Leather, começou a trabalhar nos curtumes na década de 70, com 22 anos, mas, na altura, dedicava-se à pele de carneiro. Nos anos 90, a pequena empresa familiar decidiu experimentar esfolar o peixe para fazer pele. Mais ninguém estava no mercado na altura, então os primeiros anos foram passados a aperfeiçoar a técnica. Muito do material acabou num aterro, recorda Bjornsson, «malcheiroso e desagradável, assemelhando-se a sopa de peixe». Inicialmente, a tecnologia utilizada não permitia remover a gordura da pele bem o suficiente. Foi necessária uma década para que o produto fosse satisfatório, uma meta alcançada em 2000. «Estávamos muito contentes, foi como se nascesse um bebé», recorda.



Um ano depois, a Atlantic Leather estava a fornecer pele de peixe curtida e tingida para a nova coleção da altura de John Galiano.

Atualmente, na empresa com 3 mil metros quadrados, não há escassez de encomendas, principalmente de fabricantes de calçado e marroquinaria. A pele de peixe é mais forte que a pele normal graças as fibras cruzadas no seu interior. Tradicionalmente, a pele de vaca tem fibras apenas numa direção. Para fazer este produto, Gunnstein Bjornsson compra os resíduos de peixe a uma unidade de transformação que, como qualquer outra na Islândia, usa energia geotérmica renovável. «Esse é um dos pontos mais importante nas vendas de hoje: os consumidores procuram a sustentabilidade», garante. «Enquanto comermos carne e peixe, devemos utilizar tudo, caso contrário é desperdício», sublinha.

Já que cada vez mais empresas estão à procura de peles alternativas, a Atlantic Leather contou com um aumento de 20% na produção só este ano, assegura o CEO.

“... A pele de peixe é mais forte que a pele normal graças as fibras cruzadas ...”

“... OS consumidores procuram a sustentabilidade ...”

«Vendemos cerca de 3 mil peles por semana, dependendo das espécies», adianta. Para já, este ano, venderam mais de 150 mil peles. Produzir cada pele demora cerca de três semanas, do curtimento ao tingimento.

Jaguar, Land Rover e Clarks Colaboraram para Criar uma Coleção de Sapatos Masculinos

A Land Rover lançou uma nova linha de sapatos, em colaboração com a marca de calçados Clarks.

A nova coleção, chamada de "Life.Limitless", começa com três modelos para a coleção de outono de 2018, especificamente o CLR.51N, CLR52.N e o CLR53.N. Cada sapato baseia-se numa função específica e finalidade que adere aos princípios fundamentais das duas marcas.

Os três designs abrangem todos os ambientes possíveis, desde a cidade até à montanha. O design mais leve, o CRL51N, foi criado tendo a cidade como inspiração. O design médio, o CLR52N, foi concebido com um formato mais versátil, enquanto que o CLR53N foi projetado para obter uma maior proteção, estabilidade e conforto nos pisos mais difíceis.

A parceria entre a Land Rover e a Clarks durará cinco anos e incluirá dois lançamentos da linha Life.Limitless todos os anos, um na primavera e outro no outono.

Cada sapato respeitará os três princípios básicos de design de aderência, ambiente e estabilidade, como Jason Beckley, Diretor de Marca da Clarks, diz que combina com o DNA de ambas as marcas. "A parceria com a Land Rover neste projeto é incrivelmente emocionante", acrescentou. "Há uma evidente sinergia entre as nossas marcas, não apenas através da nossa herança britânica comum, mas também através da dedicação de ambas as empresas para projetar detalhes e inovação."

Joe Sinclair, Diretor de Produtos e Licenciamento da Jaguar Land Rover, disse: "A linha Life.Limitless combina perfeitamente o design e a inovação da classe mundial pelos quais a Land Rover e a Clarks são famosas."

Fonte: "LEATHERINSIDERS TEAM"



*"...parceria entre
a Land Rover e a
Clarks dois
lançamentos da
linha Life.Limitless
todos os anos..."*



Colagénio Estabilizado ou Couro?

Faz já alguns anos que se tem falado sobre a possibilidade de recriar em laboratório um material que recrie as qualidades e características do couro. Embora na última década as tentativas de biofabricação do couro tenham sido numerosas, seus frutos, por enquanto, não são observáveis.

Atualmente, várias empresas de engenharia genética trabalham na produção artificial de colagénio, tratando o DNA. Se conseguirem estabilizar esse colagénio, é possível que deem forma a um novo material que possa ser usado no fabrico de calçados, bolsas, roupas, móveis ou assentos de automóveis.

A biofabricação envolve o cultivo de células de colagénio vivo, que são encontradas em peles de animais, que podem então ser montadas em materiais com propriedades estruturais e estéticas personalizadas. Essas qualidades são definidas pela edição de moléculas de DNA para produzir características diferentes no colagénio à medida que cresce numa rede de fibras. Este material poderia então ser curtido por métodos tradicionais.

No entanto, pode esse material ser considerado um novo tipo de couro?

Para o Comitê Mundial de Coordenação do Couro (GLCC), a resposta é óbvia: NÃO. "Qualquer material produzido em laboratório noutro ambiente artificial, baseado na engenharia genética de células de qualquer fonte e posteriormente estabilizado, não cumpre a definição amplamente aceite de "couro", explicam. "Só é couro se vier de pele de animal, cuja estrutura fibrosa deve ser mais ou menos original e devidamente curtida para lhe conferir a sua condição de imputrescibilidade", esclarece o GLCC.

Portanto, o comitê recomenda que os materiais cultivados em laboratório evitem a designação de "couro" e sejam descritos como eles realmente são: colagénio geneticamente modificado e estabilizado.

Fonte: "LEDERPIEL "



"...produção artificial de colagénio ...novo material que possa ser usado no fabrico de calçados ..."

"...Só é couro se vier de pele de animal, ..."

[5]

Apartado 158 São Pedro ,2384-909 Alcanena

Telf: 249 889 190 | Fax: 249 889 199| Email: info@ctic.pt | www.ctic.pt

Cofinanciado por:

