



Insiders Report

April 2022

Brought to you by
International Leather Split Group

03/2022



Editorial

Dear readers,

Welcome back to the third 2022 edition of our *Insiders Report*.

Fresh from the impressions of the recent edition of APLF held in Dubai, where – we confess – our mind still brings us back, May opens in front of a global uncertainty. In this issue we want, therefore, to offer you an insight into what is happening in our market, starting from the automotive business, to what is happening in the American leather industry with an exclusive interview to Stephen Sothmann, to the consequences of the recent lockdowns in China, the vulnerable giant, to then tell you about the special edition of APLF in Dubai, through the eyes of our team and the voice of some of the protagonists of the fair.

Dubai, more than being a showcase of what the current geo-political instability is behaving in every country, has also presented itself as a showcase of new opportunities, finally back onsite, and, at the same time, as a different stage from the one we were used to see, where India, Pakistan, Bangladesh and neighboring countries were the protagonists. Thanks to the voices collected, both organizers and protagonists', we bring you back to this "special" edition, adjective that – as you will notice from some impressions –

intend almost to emphasize that the traditional city is and will always remain Hong Kong, the great missing during the fair itself.

In such a tough situation, where tanneries have to deal with constant challenges, initiatives such as World Leather Day, announced by Leather Naturally and Leather Working Group, contribute to enhance, defend and amplify the value of leather, focusing on the importance of proper communication.

As usual, you will find our insights on the raw material, with analysis and prices, as well as the list of events to be held during 2022, marked – finally – by the return of traditional onsite fairs, symbol of a real restart and a return to a – new – normality.

We thank the voices that made the soundtrack of our third edition and we "see you" on the next issue, with more news and updates.

Enjoy the reading!

LeatherInsiders



Dominga Leone

Editoriale

Cari lettori,

ben ritrovati con la terza edizione 2022 del nostro *Insiders Report*.

Reduci dalle impressioni della recente edizione di APLF tenutasi a Dubai, dove – lo confessiamo – la nostra mente ci riporta ancora, maggio si apre di fronte a un'incertezza globale.

In questo numero vogliamo, quindi, proporvi un approfondimento su quello che sta accadendo nel nostro mercato, dal business dell'automotive, a quanto sta accadendo nel settore delle pelli americane con un'intervista esclusiva a Stephen Sothmann, alle conseguenze dei recenti lockdown in Cina, il gigante vulnerabile, per poi raccontarvi la speciale edizione di APLF a Dubai, attraverso gli occhi del nostro team e la voce di alcuni dei protagonisti della fiera.

Dubai, oltre a essere stata vetrina di quello che l'attuale instabilità geo-politica sta comportando in ogni paese, si è anche presentata come la vetrina delle nuove opportunità, del ritorno in presenza tanto atteso, e, al tempo stesso, come un palcoscenico differente rispetto a quello a cui eravamo abituati, dove India, Pakistan, Bangladesh e paesi limitrofi hanno fatto da protagonisti.

Grazie alle testimonianze raccolte, sia da parte degli organizzatori, che da parte dei protagonisti, vi riportiamo con noi a questa edizione "speciale", aggettivo che – come noterete da alcune impressioni – cerca quasi di sottolineare che la città tradizionale è e rimarrà sempre e solo Hong Kong, proprio grande assente della fiera.

Proprio in un momento così delicato, dove le conferenze sono costantemente messe a dura prova da costanti sfide, iniziative come la Giornata Mondiale della Pelle, annunciata da Leather Naturally e Leather Working Group, contribuiscono a valorizzare, difendere e amplificare il valore della pelle, puntando sull'importanza di una giusta comunicazione.

Come di consueto, troverete i nostri approfondimenti sulla materia prima, con analisi e prezzi, nonché la lista degli eventi che si terranno nel corso del 2022, segnato – finalmente – dal ritorno di fiere in presenza, simbolo di una vera ripartenza e di un ritorno ad una – nuova – normalità.

Ringraziamo le voci che hanno fatto da colonna sonora di questa nostra terza edizione e ci "vediamo" al prossimo numero, con tante novità e aggiornamenti.

Buona lettura!

LeatherInsiders

APLF Dubai: A New First Time For World's Leading Leather Fair

APLF: Dubai, la città delle nuove opportunità



After three years break due to Covid-19 pandemic, the world's leading trade fair in Leather and Fashion made a triumphal return in Dubai World Trade Centre, from 30th March to 1st April, coinciding with the last few days of Expo2020. This was the first time in 35 years that APLF did not take place in its hometown Hong Kong.

All the industry players were looking forward to this edition and its promising economic revival, leading to an atmosphere of high energy, cheerfulness and optimism during the three days of the show.

Pre-show expectations were moderated by the backdrop of the ongoing pandemic, travel restrictions in China and Southeast Asia as well as Russia-Ukraine conflict has arisen more geopolitical uncertainty and wide-ranging economic sanctions.

Nevertheless, a total of 463 exhibitors from 34 countries and regions participated at APLF Leather, Material+ and Fashion Access, including first time participants from Uzbekistan from the leather sector, Georgia and Zimbabwe from the finished products sector. These were joined by over 6,000 buyers from 88 countries and regions.

Waiting for normality reigns again in China and Southeast Asia, APLF Dubai represented a chance to open new markets and to expand its global reach. "We are grateful that APLF finally made it happen! This is an opportunity to meet new customers and Dubai may be the steppingstone to new markets, including Africa", Dr Alessandro Lamura, Italy Deputy Trade Commissioner of the United Arab Emirates, said, speaking at the opening ceremony.

While the Russia-Ukraine conflict and consequent inflationary pressures, like rising energy costs, will definitely impact the sector, the industry is sure to remain future-focused and prepared to meet demand during these challenging times.

With the leather industry in an expansion and development stage in many countries, APLF will continue to play a crucial leading role by providing a global business platform for such countries, as it promotes the leather sector by actually being an integral part of it.

To conclude – or to begin again – the question on everyone's mind is: "Where will the next APLF be held?"

It is precisely this great question and first special edition in Dubai that Leather Insiders team talked with one of APLF organizers, Mrs. Chi On Kwok.

Dopo tre anni di interruzione a causa della pandemia da Covid-19, la fiera leader mondiale dei settori pelle e moda ha fatto il suo ritorno trionfale al Dubai World Trade Centre, dal 30 marzo al 1° aprile, in concomitanza con gli ultimi giorni di Expo2020. Questa è stata la prima volta in ben 35 anni che APLF non ha avuto luogo nella sua città natale Hong Kong.

Tutti gli operatori del settore erano curiosi di questa edizione e della sua promettente ripresa economica, che ha portato ad un'atmosfera di forte energia, allegria e ottimismo durante i tre giorni di fiera.

Le aspettative pre-fiera sono state stemperate dalla pandemia in corso, le restrizioni ai viaggi verso la Cina e il Sud-Est asiatico, così come dal conflitto Russia-Ucraina che ha creato ancora più incertezza geopolitica e pesanti sanzioni economiche.

Nonostante ciò, un totale di ben 463 espositori provenienti da 34 paesi e regioni hanno partecipato a APLF Leather, Material+ e Fashion Access, tra cui i nuovi partecipanti per la prima volta dall'Uzbekistan per il settore della pelle, Georgia e Zimbabwe per il settore dei prodotti finiti. A questi numeri, si aggiungono gli oltre 6.000 acquirenti provenienti da 88 paesi e regioni.

In attesa che la normalità torni di nuovo in Cina e nel sud-est asiatico, APLF Dubai ha rappresentato un'opportunità per aprire nuovi mercati e per espandere la propria por-

tata globale. "Siamo grati che APLF sia finalmente tornata! Questa è un'opportunità per incontrare nuovi clienti e Dubai può essere la pietra miliare per nuovi mercati, tra cui l'Africa" ha affermato Alessandro Lamura, vice Commissario Commerciale degli Emirati Arabi Uniti, alla cerimonia di apertura.

Mentre il conflitto Russia-Ucraina e le conseguenti pressioni inflazionistiche, come l'aumento dei costi

energetici, avranno sicuramente un impatto sul settore, l'industria rimarrà orientata al futuro e preparata a soddisfare la domanda, nonostante questi tempi difficili.

Con l'industria della pelle che si trova in una fase di espansione e sviluppo in molti paesi, APLF continuerà a svolgere un ruolo di primo piano cruciale fornendo una piattaforma di business globale per tali paesi, in quanto promuove il settore

della pelle essendo effettivamente parte integrante di esso.

Per concludere – o per ricominciare – la domanda che tutti si pongono è: "Dove si terrà la prossima APLF?"

È proprio di questo grande punto interrogativo e, in generale, della prima edizione speciale a Dubai che il team di Leather Insiders ha parlato con una delle organizzatrici di APLF, Chi On Kwok.

Past APLF edition in Dubai was a new fair for all of us. Among stands, people shared with us some of their feelings, but how would you comment Dubai APLF edition, from organizers' point of view? How was feedback, according to you, from both exhibitors and visitors? Can you notice some differences or similarities with traditional APLF in Hong Kong?

APLF 2022 was held for the first time in a new host city, Dubai, but in essence was a continuation of its mission to serve the Global Leather and Fashion Industries.

The reasons for the change of venue are well known and were caused by the zero COVID approach in China and the international travel restrictions imposed by China and Hong Kong authorities which were announced to be in force until 31 March 2022, more than six months ago.

At the same time, pre-show expectations were tempered by the backdrop of the ongoing pandemic, travel restrictions in China and Southeast Asia as well as the Russia-Ukraine conflict had spawned more geopolitical uncertainty.

Nevertheless, APLF with its 35-year track record managed to attract 463 exhibitors from 34 countries.

As organizers we made it clear when the event was programmed to take place in Dubai that there would be an

absence of both Chinese and Southeast Asian exhibitors and visitors for the reasons explained above. The upside was that the location of the Special Edition in Dubai would open new markets for exhibitors from African countries, the Middle East and Eastern Europe although the Ukraine conflict dampened down the number of visitors from that region.

Comments from the Italian and Brazilian pavilions indicated that the Dubai venue had opened up new opportunities and presented new potential customers different from the visitor mix traditionally seen in Hong Kong. Overall, both exhibitors and visitors were relieved to return to meeting and discussing business on a face-to-face basis in a professional, well-organized event rather than being limited to sterile online encounters.

In retrospect, the decision to relocate APLF from Hong Kong to Dubai proved to be the correct decision.

L'edizione speciale di APLF a Dubai è stata una novità per tutti. Tra gli stand, le persone hanno condiviso con noi alcuni dei loro punti di vista. Come commentate, voi organizzatori, l'edizione a Dubai? Come è stato il feedback che avete ricevuto sia da parte degli espositori che dei visitatori? Quali le differenze o somiglianze tra la fiera a Hong Kong e Dubai?

APLF si è tenuta per la prima volta in

una nuova città ospitante, Dubai, ma è stato questo un modo per continuare a essere punto di riferimento per le industrie globali della pelle e della moda.

I motivi del cambio di sede sono ben noti e sono stati causati dall'approccio "zero Covid" in Cina e dalle restrizioni internazionali sui viaggi imposte dalle autorità cinesi e di Hong Kong, che sono state annunciate in vigore fino al 31 marzo 2022, più di sei mesi fa.

Allo stesso tempo, le aspettative pre fiera sono state mitigate dal contesto della pandemia in corso, dalle restrizioni ai viaggi in Cina e nel Sud-Est asiatico e dal conflitto Russia-Ucraina, temi che hanno generato ancor più incertezza.

Tuttavia, APLF, che vanta 35 anni di esperienza, è riuscita ad attirare 463 espositori provenienti da 34 paesi.

Come organizzatori, avevamo già messo in conto che programmare la fiera a Dubai avrebbe comportato un'assenza di espositori e visitatori sia cinesi che del sud-est asiatico, per le ragioni spiegate sopra. Il lato positivo era che Dubai come nuova location avrebbe aperto nuovi mercati per gli espositori provenienti dai paesi africani, dal Medio Oriente e dall'Europa orientale, anche se il conflitto ucraino ha smorzato il numero di visitatori provenienti da quella regione.

Dai padiglioni italiano e brasiliano abbiamo compreso come la sede di Dubai abbia aperto nuove opportunità e presentato nuovi potenziali clienti, per lo più diversi dal mix di visitatori tradizionalmente presente a Hong Kong. Nel complesso, sia gli espositori che i visitatori sono stati sollevati dal tornare a fare affari faccia a faccia in un evento ben organizzato, piuttosto che essere limitati a incontri online.

Guardandoci alle spalle, la decisione di trasferire APLF da Hong Kong a Dubai si è rivelata quella giusta.

One of the most asked questions is: "Where will next year APLF edition be held?"

So, what can you tell us about next edition? If Dubai will remain the APLF hosting city, how would you see near-by India and Pakistan traditional fairs? Do you believe, in next future, there will be a doubled APLF edition in two different cities?

APLF in Dubai as a business platform has opened new markets and expanded its global reach until normality finally reigns in China and Southeast Asia, as the main leather and footwear manufacturing centers just around the corner from APLF's home base of Hong Kong. When APLF will return to Hong Kong cannot yet be determined until there is a clear change in the zero COVID approach by the governments in Beijing and Hong Kong itself.

APLF has conducted a survey with

Dubai's exhibitors and visitors about their feedback of APLF Dubai. After evaluating their responses and the situation of the travel restrictions, the answer on the timing and venue will be announced before summer.

Some market observers have suggested that there could be one edition of APLF in Hong Kong and a second one in Dubai in the same calendar year. It will all depends upon what the industry wants and when "normality" will return to China and Southeast Asia.

If APLF continues to be held in Dubai, we do not believe that such an event would clash with the fairs in India and Pakistan. This is due to the overwhelming characteristic of APLF as a truly global event and for this reason will offer complementary business opportunities for both exhibitors and buyers from the Indian subcontinent.

Una delle domande più frequenti è: "Dove si terrà l'edizione APLF del prossimo anno?"

Cosa può dirci a tal proposito? Se Dubai rimarrà la città ospitante di APLF, cosa ne sarà delle tradizionali fiere in India e Pakistan? Crede che in futuro ci sarà la possibilità di avere una doppia edizione di APLF in due città diverse?

APLF a Dubai ha aperto nuovi mercati e ampliato la sua portata globale, e questo fino a quando la normalità tornerà a regnare in Cina e nel sud-est asiatico, ovvero i principali centri di

produzione di pelle e calzature proprio dietro l'angolo della tradizionale APLF di Hong Kong. Non si può ancora determinare quando APLF tornerà a Hong Kong fino a quando non ci sarà un chiaro cambiamento nell'approccio "zero COVID" da parte dei governi di Pechino e Hong Kong.

APLF ha condotto un sondaggio tra gli espositori e i visitatori di Dubai per avere un loro feedback sull'edizione speciale a Dubai; dopo aver valutato le loro risposte e la situazione delle restrizioni di viaggio, la risposta sulla prossima edizione sarà annunciata prima dell'estate.

Alcuni osservatori di mercato hanno suggerito che ci potrebbe essere un'edizione di APLF a Hong Kong e una secondo a Dubai nello stesso anno solare. Tutto dipenderà da ciò che l'industria vuole e quando la "normalità" tornerà in Cina e nel sud-est asiatico.

Se APLF rimarrà a Dubai, non crediamo che un evento del genere si scontrerebbe con le fiere in India e in Pakistan. Questo è dovuto al fatto che APLF è un evento globale, e per questo motivo può offrire opportunità di business complementari sia per gli espositori e acquirenti del subcontinente indiano.



APLF Dubai Special Edition: Voices From The Fair

I protagonisti di APLF: le impressioni di questa “nuova prima volta”



Past APLF edition in Dubai was a kind of “new first time” for all exhibitors, and for visitors as well. Thanks to this new first time though, exhibitors and visitors could finally meet again, paving the way to new business relations.

Among stands, people shared with us Leather Insiders team some of their feelings; first and most common among them was the great interest each exhibitor felt in occasion of this special edition.

“The fair was quite positive” stated S.K. Singla from Indian Discovery Leathers (P) Ltd. “Although we missed Chinese people, Dubai was the best alternative thanks to its perfect geographical position” he continued.

Same feelings spread among Indian R.Y. Gaitonde & Company, where Marketing Manager Mr. Rajesh shared with us his satisfaction in welcoming more visitors and suppliers than expected. “Dubai is better than Hong Kong – commented – since it is in a more central position for a wide range of foreign exhibitors and visitors”.

Considering Dubai better than Hong

Kong’ was a common point of view we were able to catch among stands. Marketing Manager of Abedin Group, Neaz Morshed, confirmed this trend. “There were more people here than in Hong Kong and I definitely would prefer Dubai as APLF hosting city” he said.

Get in touch with exhibitors feels like visiting different countries one at a time, like, for example, in Bangladesh with Mr. Neaz Morshed. “Bangladesh pollution issue is improving; the Government is taking steps forward a solution to this problem along with tanneries. As for current Bangladesh leather industry situation, we can state it is living better times compared to previous years”.

More tempered comments came, instead, from Gilmar Harth, President of CBR (Couros Bom Retiro Ltda). “Before this special edition in Dubai, expectations were low; the fair attended the expectations, it was actually pretty good. Maybe we can say it was 50% of traditional fair in Hong Kong. Brazilian situation?” – asked Leather Insiders team, interested in focusing on Brazilian current reality. “It is actually more or less like other countries in the world; we are not able to predict future because of Covid and still ongoing war. The only way to live this life is try to live it day by day”.

Rafael Mariño, Commercial Direc-

tor of Coming Indústria E Comércio De Couros Ltda, shared same point of view: “We are quite satisfied with Dubai fair outcome, but we missed Chinese visitors”. One of most underlined and common thoughts among all exhibitors.

Moving towards UK, Leather Insiders team met Gareth Scott, Hide Procurement & By Product Sales Director of Scottish Leather Group. According to his impressions, higher expectations were widespread before the beginning of this new special edition, and, in the end, response was mixed; China and USA were main players definitely missing. Mr. Scott provided us, and you all readers, an overview of current situation in leather industry, both generally and UK speaking: “Leather enquiries for hides are reported as less, while leather enquiry for split is much higher. Gelatin market is crucially important and currently gaining always more importance. As for UK, situation is pretty stable, and this steadiness is clearly due to Covid and war related problems; we all have to deal with energy, chemicals, travel and logistics problems, which damage the entire supply chain”.

Italian leather district was clearly present too, and according to Sirp Spa too “Dubai can only be an alternative to Hong Kong”. We were reported about a pretty satisfying fair, but “people wait for traditional Hong Kong fair to finally come back”.

In the end, jumping to Egypt, Mr. Moustafa Hussien Abdelkhalek, Chairman of Board of Directors of Ell Gonih Tannery, shared with us his impressions: “We noticed a good attendance to the fair and we were more satisfied than expected. Indian were crucially important to this Du-

bai edition, and they in some way replaced missing Chinese people".

Attending fair is a precious opportunity to get in touch with people, to discover leather and different tanneries realities thanks to players' words. Leather Insiders is pleased to lend voice to some of our sector representatives, to show those people desire to start again and stronger than before.

La scorsa edizione di APLF a Dubai è stata una sorta di "nuova prima volta", sia per gli espositori che per gli stessi visitatori. Grazie a questa nuova prima volta però, proprio questi protagonisti hanno potuto finalmente incontrarsi di nuovo e concretizzare la possibilità di aprire la strada a nuove relazioni commerciali.

Tra gli stand, alcuni espositori hanno condiviso con il team di Leather Insiders le loro impressioni. La più comune tra tutte? La forte curiosità che ognuno di loro nutre per questa edizione speciale.

"È stata una fiera abbastanza positiva" ha commentato S.K. Singla della congeria indiana Discovery Leathers (P) Ltd. "Nonostante la mancanza dei visitatori cinesi, Dubai è stata la scelta migliore grazie alla sua perfetta posizione geografica" ha continuato.

Stesse impressioni condivise da Rajesh, Marketing Manager della congeria indiana R.Y. Gaitonde & Company, che ha condiviso con noi la soddisfazione di aver accolto più visitatori e fornitori del previsto. "Preferisco Dubai ad Hong Kong - ha commentato - perché si trova in una posizione più centrale e più facilmente raggiungibile da una vasta gamma di espositori e visitatori stranieri".

L'idea che Dubai sia meglio di Hong Kong è stato un punto di vista comune che siamo riusciti a cogliere tra i vari stand. Il Marketing Manager del Gruppo Abedin, Neaz Morshed, ha confermato questa impressione.

"C'erano più persone qui che a Hong Kong e sicuramente preferirei Dubai la città di APLF" ha detto.

Avere la possibilità di intervistare vari espositori è come entrare nei loro paesi, uno per volta; andiamo, per esempio, in Bangladesh con Neaz Morshed, il quale ci ha tenuto a darci una panoramica di quella che è l'attuale situazione nel suo paese. "La questione dell'inquinamento in Bangladesh sta migliorando; il governo sta facendo passi avanti per trovare una soluzione a questo problema insieme alle congerie. Per quanto riguarda l'industria della pelle, possiamo dire di star vivendo tempi migliori rispetto agli anni precedenti".

Commenti più moderati arrivano, invece, da Gilmar Harth, Presidente di CBR (Couros Bom Retiro Ltda). "Prima di questa edizione speciale a Dubai, le aspettative erano basse; la fiera ha, però, atteso le aspettative, anzi, è stata piuttosto soddisfacente. Forse possiamo dire che ha rappresentato circa il 50% della fiera tradizionale di Hong Kong. La situazione in Brasile?" - ha risposto al team di Leather Insiders, interessato a concentrarsi sull'attuale realtà brasiliana. "In realtà, è più o meno come negli altri paesi del mondo; non siamo in grado di prevedere il futuro a causa della pandemia e della guerra ancora in corso. L'unico modo per vivere questa vita è cercare di viverla giorno per giorno".

Rafael Mariño, direttore commerciale di Coming Indústria E Comércio De Couros Ltda, ha condiviso lo stesso punto di vista: "Siamo abbastanza soddisfatti del risultato della fiera di Dubai, ma abbiamo sentito la mancanza dei visitatori cinesi". Uno dei pensieri più comuni tra tutti gli espositori.

Spostandoci verso il Regno Unito, il team di Leather Insiders ha incontrato Gareth Scott, Hide Procurement & By Product Sales Director di

Scottish Leather Group. Secondo le sue impressioni, prima dell'inizio di questa nuova edizione speciale le aspettative erano alte; alla fine, la risposta è stata variegata; sicuramente, la Cina e gli Stati Uniti sono stati i principali attori di cui si è avvertita una forte mancanza. Gareth Scott ci ha, poi, illustrato una panoramica della situazione attuale dell'industria della pelle, sia in generale che nel Regno Unito: "Se la domanda di pelli è in calo, aumenta sempre di più la richiesta di croste. Il mercato della gelatina è il protagonista del momento e sta diventando sempre più importante. Per quanto riguarda il Regno Unito, la situazione è piuttosto stabile, e questa stabilità è chiaramente dovuta al Covid e ai problemi legati alla guerra; tutti ci troviamo a dover affrontare problemi energetici, chimici, di trasporto e logistici, che danneggiano e continueranno a danneggiare l'intera catena di approvvigionamento".

Presenti anche le congerie italiane e, tra queste, Sirp Spa è fortemente convinta che Dubai può soltanto essere una scelta transitoria. "Dubai non può che essere un'alternativa ad Hong Kong e siamo tutti aspettando che APLF torni nella sua città d'origine".

Alla fine, ci siamo spostati in Egitto, dove Moustafa Hussien Abdelkhalek, Presidente del Consiglio di Amministrazione di Ell Gonih Tannery, ha condiviso con noi le sue impressioni: "Abbiamo notato una buona partecipazione e siamo stati più soddisfatti del previsto. Gli indiani sono stati fondamentali per questa edizione di Dubai e in qualche modo hanno preso il posto dei cinesi".

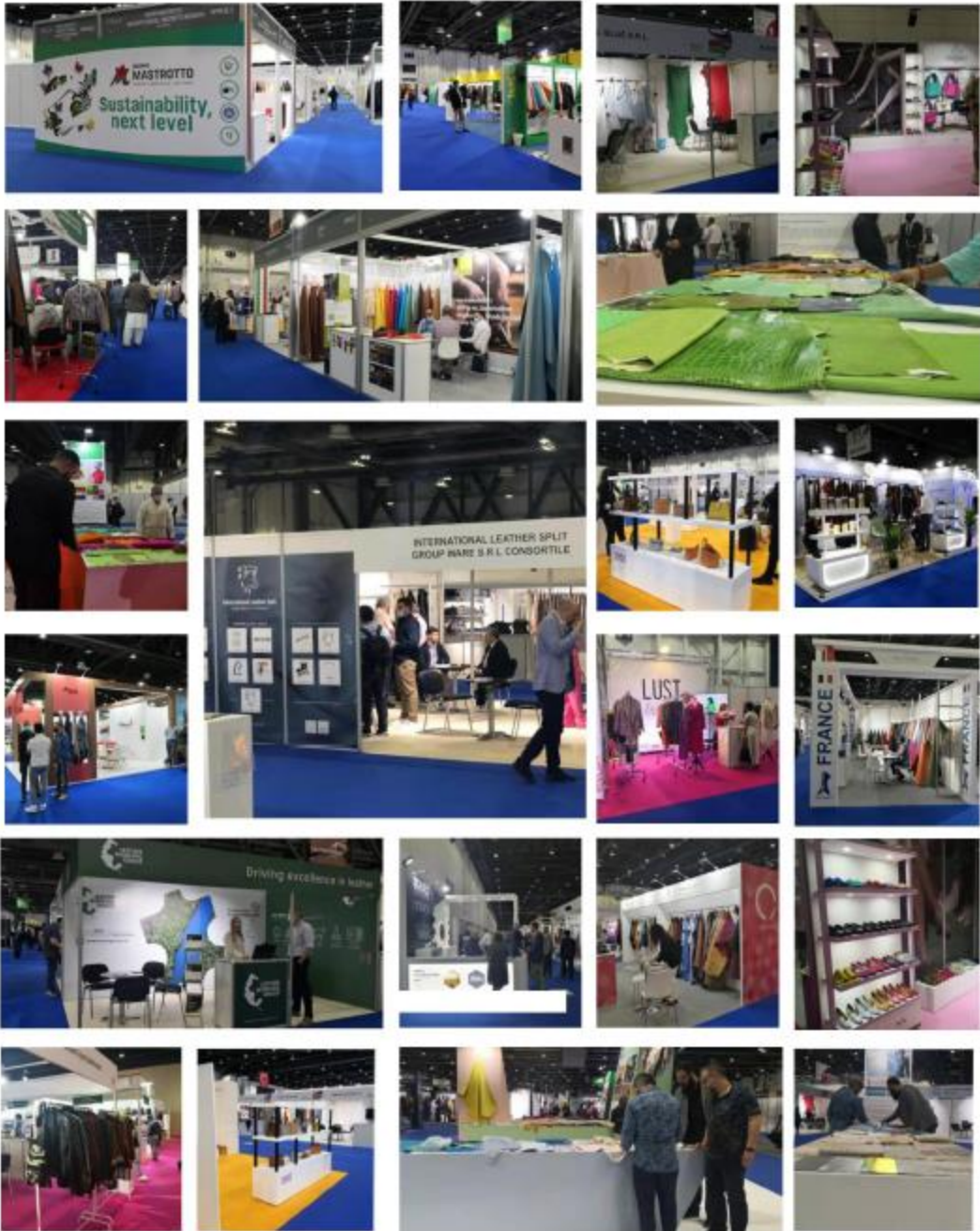
Partecipare ad una fiera è un'occasione preziosa per entrare in contatto con le persone, per scoprire le realtà della pelle e delle varie congerie attraverso le parole degli stessi protagonisti. Leather Insiders è lieta di dare loro voce, per trasmettere il desiderio di ricominciare più forti di prima.



APLF LEATHER DUBAI Special Edition

30 Mar - 01 April 2022 Dubai World Trade Centre

FAIR
MOMENTS



Breakfast at Leather Naturally's

Leather Naturally: "Mostriamo la pelle così come la vediamo noi"



On the second day of APLF in Dubai, Leather Naturally, actively present during the entire event, held a Breakfast Meeting to update exhibitors and visitors on the activities of Leather Naturally and how they support the leather industry in education to create a circular society, where nothing is wasted and everything can be re-used.

Federico Roth, Senior Director at Youngil International Co. and part of Leather Naturally Board of Management, showed us one of the current principal challenges of its association: "We need to understand how to amplify leather message and we need to be as much active and visible as possible". He underlined how much it is crucial to express and transmit what leather really represent, and to do that it is necessary to build an open communication with companies, as well as industries, and to collect ideas and suggestions on how improve the job. "We need - he added - to provide available and technical information to the entire public and the way we address discussion must be different; we must share our message, that is the one of circularity, more efficiently. We have a great opportunity to share leather information and our challenge is to look outside the sector and amplify

leather message".

Following Federico Roth statements, Luis Zugno, Innovation Manager at Buckman, IULTCS Secretary and part of LN Board of Management, focused on the importance of ensuring educational information. "We created a team; we

have a global collaboration; this means we are stronger and this allows us to do things nobody else can do. We show beauty and we need to bring leather to places where leather is not seen as we see it". Powerful message spread in just few words.

Conceived by Leather Naturally and launched in June 2019, METCHA, presented by Debbie Burton, Leather Naturally Team Leader Communication, is a global initiative aimed at taking leather-oriented design into the spotlight, making leather a valuable part of the everyday

lives of Gen Z and Millennials. Using multiple digital platforms, METCHA produces over 500 contents every month, creating an international network with influential brands and designers to flood the digital culture with positive narratives about leather covering design, lifestyle, innovation and sustainability.

Coming to conclusions, Jon Clark, PrimeAsia CEO and part of Leather Naturally Supervisory Council, took the floor to focus again, and in the end, to the importance of amplifying voices and step up with communication and education. "World won't be replaced by synthetic and leather will be always more important" he concluded.

Leather Naturally member base has shown an increase of 9 in membership from 161 members to 170 members at the end of 2021, as well as strong increases in engagement with its audience (an increase of more than 50% in website visitor numbers and over 3,000 followers of newly launched LinkedIn page). Thanks to this kind of initiatives and strong





teamwork, true and unique value of leather can be spread.

Leather Insiders team was pleased to join this meeting, to renew once again its support to the association.

Nella seconda giornata di APLF a Dubai, Leather Naturally ha tenuto un Breakfast Meeting per aggiornare espositori e visitatori sulle loro attività in corso e su come sostenere l'industria della pelle attraverso una buona educazione, al fine di creare una società circolare, dove nulla è sprecato e tutto può essere riutilizzato.

Federico Roth, Senior Director di Youngil International Co. e parte del Leather Naturally Board of Management, ha mostrato una delle principali sfide dell'associazione: "Abbiamo bisogno di capire come amplificare il messaggio della pelle e abbiamo bisogno di essere più attivi e visibili possibile". Ha sottolineato quanto sia fondamentale esprimere e trasmettere ciò che la pelle rappresenta realmente, e per farlo è necessario costruire una comunicazione aperta con le aziende, così come con le industrie, e raccogliere idee e suggerimenti su come migliorare il lavoro. "Abbiamo bisogno - ha aggiunto - di fornire informazioni tecniche e alla portata di tutto il pubblico, e il modo in cui impostiamo la discussione deve essere diverso; dobbiamo condividere il nostro messaggio, cioè quello della circolarità, nel modo più efficiente

possibile. Abbiamo una grande opportunità di condividere informazioni sulla pelle e la nostra sfida è guardare al di fuori del settore e far risuonare il suo vero valore".

Seguendo le dichiarazioni di Federico Roth, Luis Zugno, Innovation Manager di Buchanan, Segretario

IULTCS e parte del Consiglio di Amministrazione di LN, si è concentrato sull'importanza di garantire un'informazione educativa. "Abbiamo creato una squadra, abbiamo una collaborazione globale; questo significa che siamo più forti e questo ci permette di fare cose che nessun altro può fare. Mostriamo la bellezza e abbiamo bisogno di portare la pelle in luoghi dove la pelle non è vista come la vediamo noi". Un messaggio così potente in poche frasi.

Ideato da Leather Naturally e lanciato nel giugno 2019, METCHA, presentata da Debbie Burton, Leather Naturally Team Leader Communication, è un'iniziativa globale volta a prendere il design della pelle alla ribalta, rendendo la pelle una parte preziosa della vita quotidiana della Generazione Z e dei Millennials. Utilizzando più piattaforme digitali, METCHA produce oltre 500 contenuti ogni mese, creando una rete internazionale con marchi e designer influenti per inondare la cultura digitale con narrazioni positive su design, stile di vita, innovazione e sostenibilità.

Jon Clark, CEO di PrimeAsia e parte

del Leather Naturally Supervisory Council, ha, infine preso la parola concentrarsi ancora una volta sull'importanza di amplificare le voci e intensificare la comunicazione sulla pelle e l'educazione a quest'ultima. "Il mondo non sarà sostituito dal sintetico e la pelle sarà sempre più importante" ha concluso.

A fine 2021, Leather Naturally ha visto un buon aumento dei suoi membri iscritti, salendo da 161 membri a 170, così come forti aumenti di engagement con il suo pubblico (un aumento di oltre il 50% nel numero di visitatori del sito web e oltre 3.000 seguaci della pagina LinkedIn appena lanciata).

È grazie a questo tipo di iniziative e al forte lavoro di squadra che si può, quindi, diffondere il vero e unico valore della pelle.

Il team di Leather Insiders è stato lieto di prendere parte a questo incontro per rinnovare, ancora una volta, il suo supporto all'associazione.

