

RUBINO CUOIO

Storia di un giovane artigiano che cambia pelle al mondo

LA PASSIONE PER LA LAVORAZIONE DEL CUOIO NON GLIEL'HA TRASMESSA IL NONNO, COME SPESSO ACCADE DALLE NOSTRE PARTI, MA UN AMICO INDIANO A ROMA. LEONARDO RUBINO, MATERANO, INIZIA A FARE BRACCIALETTI A POCHI ESAMI DALLA LAUREA IN ARCHITETTURA. OGGI LE SUE PRODUZIONI, DALLE BORSE ALL'OGGETTISTICA, HANNO RAGGIUNTO I MERCATI GIAPPONESI, AMERICANI E INGLESI. UN BRAND DI SUCCESSO, CHE CONIUGA LE NUOVE TENDENZE CON I TRADIZIONALI METODI DI LAVORAZIONE, SFUGGENDO DALLE LOGICHE INDUSTRIALI CHE PREDILIGONO LA QUANTITÀ ALLA QUALITÀ

In principio era "solo" **Leonardo Rubino**, che a pochi esami dalla laurea si divertiva a fare braccialetti in cuoio e pietre, per i turisti. Oggi "**RubinoCuoio**" è un brand di successo, la cui produzione è presente in **Giappone, Stati Uniti**, nella raffinatissima **Bond Street** di **Londra** e in **Italia**, naturalmente a **Matera**, in via Duni.

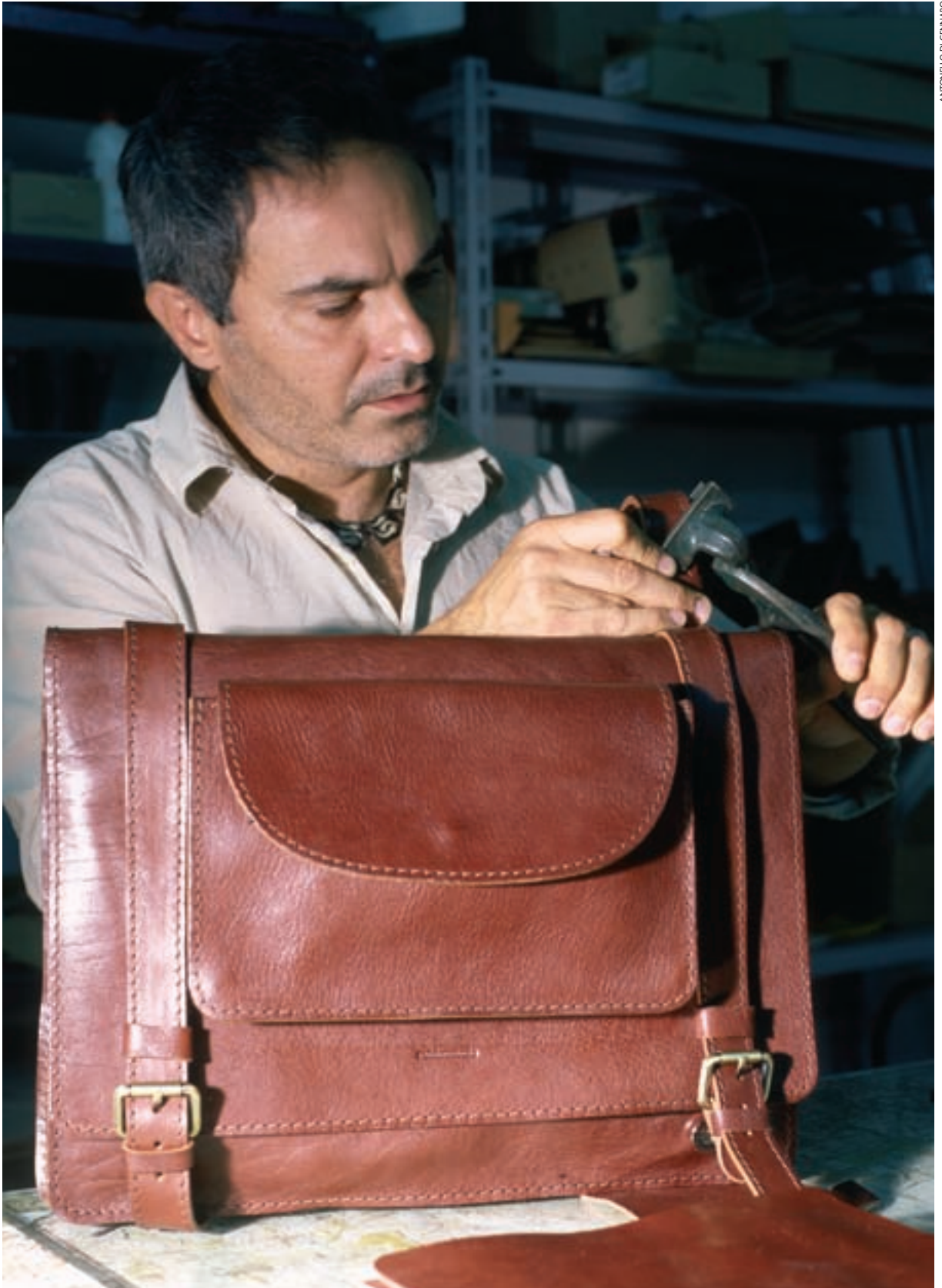
La storia di questo marchio inizia in una grotta scavata nella scaletta della **Chiesa di Santa Lucia alle Malve** nei pressi di piazza San Pietro Caveoso, nei **Sassi**. Alla fine degli anni '80, la **Roma** studentesca è agitata da contestazioni, movimenti e Leonardo frequenta a **Valle Giulia** la facoltà di **Architettura**. Sente che è il momento giusto per tornare a casa e lasciare una strada nella quale non si riconosce e per la quale non vuole scendere a compromessi con se stesso. Un amico indiano lo introduce all'artigianato, o meglio, gli insegna a intagliare e lavorare piccoli lembi di cuoio con pietre naturali e Leonardo, che torna in **Basilicata** a ridosso dell'estate, decide di concedere una *chance* all'hobby dei braccialetti fatti a mano.

Così, nonostante il parere sfavorevole dell'intera famiglia che lo vorrebbe laureato, apre un piccolo laboratorio che diventa meta di turisti e clienti locali, i quali si divertono ad acquistare un braccialetto pronto in quindici minuti. A fine stagione Leonardo, entusiasta per il successo ottenuto, decide di mettere a frutto questa abilità e apre un negozio. Il gruzzoletto guadagnato realizzando piccoli monili, gli permette l'acquisto di macchinari e l'affitto di un locale in piazza Sedile. Ma tra il dire e il fare, si sa, c'è di mezzo il mare, così per questo *homo novus* dell'artigianato artistico inizia un percorso da autodidatta: studio, fiere e tanti tentativi per esporre in tre mesi i primi oggetti in vetrina.

La pelletteria è il primo approccio di Rubino con il cuoio, un materiale che lo incuriosisce. Un materiale bidimensionale può essere utilizzato per realizzare oggetti tridimensionali come lampade, portaoggetti e borse? Una domanda che diventa una sfida per Leonardo. La risposta è nei fatti che proclamano il successo di un business antico, rivoluzionato da un'idea originale. Inizia così l'era delle fiere e delle grandi esposizioni del marchio "RubinoCuoio": dapprima a **Firenze** con **Florence Gift** nel '93, a solo due anni dal debutto, poi nei padiglioni che la **Regione Basilicata** allestisce per mostrare le mille facce del proprio artigianato locale. Nel '95 un ulteriore salto di qualità. È lo stesso Rubino ad organizzare fiere per conto proprio ed è presente per 10 anni consecutivi al **Macef** di **Milano**, la fiera più importante nel settore degli accessori e della regalistica in Italia.

In questi contesti, un giovane imprenditore può intavolare contatti, esporre il proprio prodotto e trovare incentivi nei mercati stranieri per gestire al meglio ○

VITTORIA SIGILLINO





○ l'espansione del commercio. Orologi, fiori, portariviste, scatole, portano nel mondo il marchio "RubinoCuoio" che è sinonimo di qualità, manifattura e arte, ma è anche proiezione di uno stato d'animo, di uno o mille pensieri che accompagnano l'artigiano nella creazione, poiché tutto è risultato dell'evoluzione di un sogno, forse di una follia che diventa impresa, cuoio che anima arte e viceversa.

In alcuni ranch d'America potreste imbattervi in graziosi modellini di aeroplani o automobili in cuoio, senza dimenticare gli "svuota tasche", oggetto molto in voga tra le bomboniere nuziali, tutto firmato "RubinoCuoio". Un'attività che per Leonardo deve rimanere a misura d'uomo: dinamica quanto basta per espletare il cammino verso i mercati, senza farsi fagocitare dal sistema delle catene di montaggio delle produzioni massimali.

Questo aspetto è fondamentale per Leonardo, secondo cui l'artigiano moderno, può affermare l'importanza della qualità sulla quantità, avendo un ruolo importante nell'evoluzione dei processi industriali ed economici, ma ancor più nelle dinamiche socio-culturali. "In una visione più ampia - dice Rubino - basta pensare a quanto la globalizzazione (degenerazione dell'era industriale) abbia appiattito il mercato. Da nord a sud, da levante a ponente, si deve pensare, volere e consumare tutti allo stesso modo, in nome e per conto delle grandi multinazionali che detengono il vero potere". Un modello di sviluppo che non ha interesse a promuovere i prodotti locali come merce di scambio tra i vari Paesi del pianeta, ma che invece cerca il consumatore tipo, il target da colpire, a cui indirizzare attenzione e ottenere massima vendita, facendo sparire così intere fette di cultura, tradizioni e identità popolare.

"Patrimoni che invece - dichiara convinto Leonardo - devono essere salvaguardati. L'artigiano può incarnare un nuovo ruolo sociale per esportare valori quali solidarietà, dialogo, voglia di fare e non di consumare, amore per il territorio a cui è strettamente legato".

Dall'esempio di questo giovane materano una conferma in più sul fatto che i binomi territorio-sapere e tradizione-ricchezza culturale sono condizioni imprescindibili per nuovi modelli di sviluppo. In un mercato libero e diversificato, il prodotto è segno tangibile del diritto d'ogni cultura ad esistere e mantenere la propria identità, una legge economica che andrebbe applicata ad ogni latitudine. Nel prossimo futuro, Leonardo si è prefisso di raggiungere una nuova meta: un laboratorio nel materano per la lavorazione della pelle nei campi profughi palestinesi e corsi di formazione propedeutici rivolti soprattutto a donne. E dalla determinazione che gli si legge negli occhi c'è da crederci che ci riuscirà. ●

The story of a young craftsman who changes the skin to the world and dreams, with leather!

At the beginning he was "only" Leonardo Rubino who enjoyed making leather bracelets for tourists. Today "Rubino Cuoio" is a successful brand in Japan, the United States, London and Italy, and has its main centre in Matera, in Via Duni. This brand's story started in a cave by the square of S. Pietro Caveoso, in the Sassi, dug in the small staircase of the Church of S. Lucia alle Malve. At the end of the Eighties, Leonardo was attending the Faculty of Architecture in Rome but he felt that it was the right moment to go back home and leave a way with which he did not identify himself. An Indian friend taught him how to carve and work small leather patches with natural stones and Leonardo decided to give his 'hand-made bracelet hobby' a chance lasting one summer. He opened a small workshop that became a place for tourists and local people, who enjoyed themselves buying a bracelet which was ready in fifteen minutes.

At the end of the season, Leonardo, enthusiastic for the success obtained, decided to make a change: opening a shop! He bought machinery and rented a place in Piazza Sedile. Homo novus of the artistic craftsmanship, Leonardo started his route as a self-taught person: for three months he studied, participated in exhibitions and made many attempts in order to

exhibit his first objects in his shop window. His initial approach with leather consisted in simple leatherworks, but it was the nature of the material that aroused his curiosity. The boy decided to challenge leather and himself: can a two-dimensional material be used to make three-dimensional objects? The answer is in the facts and in the success of an ancient business, revolutionized by an original idea. Thus, for the brand "Rubino Cuoio", the age of fairs and great exhibitions started: Florence, with Florence GIFT, in 1993, after only two years from his début, and then the small enterprise has been present in the stands that the Region Basilicata uses to arrange in order to show the many sides of its own local craftsmanship.

In 1995, a further radical change occurred. It's Rubino himself who started organizing fairs on his own and had been present for 10 consecutive years at Macéf in Milan, the most important exhibition of gifts and fancy goods in Italy, the ideal place to start up contacts, show his products and find foreign markets. Watches, flowers, magazine racks, boxes, bring all over the world the brand "Rubino Cuoio" that is a synonym of quality, workmanship and art, but also the projection of a mood. In some American ranches you could bump into leather-made aeroplane models, or you can find the small cars of our grandparents' time in Northern Europe, where they are really appreciated; we

cannot forget his knick-knacks, used as very fashionable wedding keep-sakes, all named "Rubino Cuoio". But, be careful!...

His activity must remain on a human scale, without being absorbed by the assembly line system. In Leonardo Rubino's opinion, the modern craftsman plays an important role in the development of the industrial, economic and socio-cultural evolution.

"Globalization", Rubino says, "is the degeneration of the industrial era and has flattened the market according to which we all have to think, wish and consume in the same way". A development model that is not interested in promoting local products as exchange goods among the different areas of our planet, but that looks for the standard consumer to whom address attention and sell. If the end justifies the means, being those wars or promises for development, then the craftsman can play a new social role and embody values such as solidarity, dialogue, exchange, and love for the territory to which he is closely tied up.

New development models, based on the mutual exchange. In a free and diversified market, the product is the tangible sign of each culture's right to exist and keep its own identity. For the future, the craftsman from Matera has another goal: a workshop for working leather in the Palestinian refugee camps and training courses mostly addressed to women.

ENGLISH

