



BUSINESS shoes

LUGLIO
AGOSTO
2017

magazine

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businessshoes.it



Donadon (H-Farm): “Ripensare gli store fisici e focalizzarsi su quelli virtuali”



Dalla grande esperienza nella produzione di rinforzi auto e termoadesivi, nasce un prodotto innovativo che garantisce alle pelli il massimo sostegno, mantenendo intatte mano e morbidezza, per design estremi e forme moderne.

ESALTA LA MANO DELLA PELLE
MIGLIORANDONE LA QUALITÀ

MASSIMA PERFORMANCE
PER OGNI TIPO DI CURVATURA

Custodiamo il segreto per tenerli in forma.

Luigi Carnevali s.a.s.



editoriale

Tavolo della moda e Regione Veneto per la formazione

Il sistema moda in Veneto (tessile, occhialeria, abbigliamento, calzature) conta 9.500 attività produttive e oltre 100mila addetti, pari al 17,6% del settore manifatturiero regionale. E crea un fatturato aggregato pari a 15,6 miliardi di euro, rappresentando il 18% dell'export regionale, con vendite per oltre 9 miliardi di euro.

Ma nonostante questi numeri, manca uno strumento adeguato per far incontrare domanda ed offerta di lavoro. Così il "Tavolo della moda", l'organismo di rappresentanza delle sezioni moda delle associazioni di categoria (Cna, Confartigianato, Confindustria, Confesercenti e Confcommercio) del Made in Italy del Veneto e l'assessorato al Lavoro della Regione Veneto, guidato da Elena Donazzan, ha individuato la soluzione.

Si tratta di un "focus" aggiornato sul fabbisogno delle imprese e la corrispondente offerta di professionalità "espulse" dal mercato del lavoro e un protocollo per formare e riqualificare i disoccupati del settore della moda. L'obiettivo: ammodernare le competenze dei lavoratori del sistema moda over 50 anni in Naspi (ammortizzatore sociale che sostituisce l'indennità di disoccupazione), espulsi dal mercato del lavoro per ristrutturazioni aziendali o chiusure, che le aziende del sistema moda - soprattutto quelle medio piccole ed artigiane super-fornitori dell'alta moda -, sono pronte ad assorbire, se riqualificati.

Insieme a questa ricognizione incrociata per fabbisogno e competenze, la Regione sta predisponendo il protocollo con il Tavolo della moda sul tema della formazione e lavoro, che farà perno sui percorsi attivabili in collaborazione con gli istituti scolastico professionali e in particolare con l'Its Cosmo, che ha l'istituto capofila nell'Uselli Ruzza di Padova.

Il Veneto è l'unica regione ad avere nel proprio territorio la presenza di 4 dei 10 migliori Istituti tecnici di alta formazione d'Italia. Segno di un connubio tra scuola e imprese, che rappresenta la chiave di volta del fenomeno del reshoring e del successo delle manifatture di alta gamma.

Nicola Brillo



MODA
S R L

Moda S.r.l. - Via Provinciale Nord 114, Fossò (Ve) T. 041466555 www.modasrl.it



sommario

N. 17 ANNO IV - Bimestrale
luglio agosto 2017

BUSINESS SHOES
magazine

Federico Lovato
Nicola Brillo
Diego Mazzetto
Damiano Mazzetto
Maurizio De Pra
Diego Griggio

Amministrazione,
redazione e pubblicità
Mavi Srl - via Guolo, 15
30031 Dolo (Venezia)
Tel & Fax 041.466334
e-mail:
business.shoes@libero.it

www.businessshoes.it

Registrato Tribunale di Padova
n° 2371 del 4/12/2014
Direttore responsabile
Nicola Brillo

Numero repertorio ROC: 25417

Spedizione Poste Italiane SPA
- Spedizione in Abbonamento
Postale - 70% NE/PD

Tipografia
Smart Mix
Dolo (Venezia)

- 3** EDITORIALE. Tavolo della moda e Regione Veneto per la formazione
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** H-FARM. "Abbracciare e sfruttare la rivoluzione digitale"
- 11** H-CAMPUS. Il sogno diventa realtà
- 14** MYVI. Nasce nella Riviera del Brenta il nuovo progetto
- 18** SAGRIPANTI. Rieletto ai vertici della calzatura europea
- 24** POLITECNICO. Cerimonia di fine anno
- 26** ACRiB. Festeggia i due miliardi di fatturato
- 30** STONEFLY. Apre nuovo store a Porto Santo Stefano
- 32** MALESIA. L'ex Tigre asiatica torna a crescere
- 41** IL RISCATTO. Esce il nuovo romanzo tinto di giallo
- 44** MERCATINO. Tutte le occasioni

Appuntamento con la Storia
Un secolo di moda italiana
in mostra a Villa Pisani
(p. 38)

Seguiteci anche sul nostro sito internet
www.businessshoes.it

5 BUSINESS
shoes



atlante

BREVI DAL MONDO



Cresce la minaccia dei “falsi”: l’*Italian sounding* vale 54 miliardi

Dal cibo agli abiti all’elettronica. I falsi sono ovunque e nel commercio internazionale valgono qualcosa come 355 miliardi di euro. In questi anni l’Italia ha conquistato un triste primato: siamo il secondo Paese al mondo per la maggiore contraffazione subita. Abbiamo una quota di sequestri di merci taroccate pari al 14,6%, ci battono soltanto gli Stati Uniti con il 19,5%. L’allarme arriva da Confartigianato che, in un’analisi dell’Ufficio studi, ha misurato l’escalation del fenomeno della contraffazione sul nostro mercato. Un exploit sempre più preoccupante e gli imprenditori artigiani sono tra le principali vittime. Secondo Confartigianato, il 20% degli artigiani manifatturieri subisce pesanti danni dal fenomeno della contraffazione. Che per espandersi sfrutta il commercio on line: in 5 anni infatti, nell’Unione europea, i sequestri di merce contraffatta scambiati sul web sono aumentati dal 5,7% a quasi il 23%. Se i falsi invadono il mercato anche via web, i prodotti più copiati sono quelli a indicazione geografica protetta: In Europa questo mercato di merci taroccate vale oltre 4 miliardi e, solo in Italia, ben 682 milioni di euro. Le brutte copie dei prodotti spacciati come italiani, il cosiddetto *Italian Sounding*, mettono in moto un giro d’affari annuo di 54 miliardi di euro. In pratica, Confartigianato segnala che due prodotti su tre venduti nel mondo sono solo apparentemente italiani. Il 12 luglio nell’ambito della fiera della manifattura italiana ‘Origin, Passion&Beliefs’ a Rho Fiera a Milano, ha organizzato un convegno proprio sulla filiera della legalità nella moda.



Assomac ha inaugurato in Vietnam il primo centro tecnologico

È stato inaugurato in Vietnam il primo Centro Tecnologico Italo-Vietnamita, realizzato da Assomac grazie al sostegno finanziario del Ministero dello Sviluppo Economico e di Ice-Agenzia, con lo scopo primario di supportare lo sviluppo dell’industria locale. Il Centro Tecnologico è dotato di una linea completa di macchinari e attrezzature italiani per la produzione di calzature, costituendo così un importante passo avanti nella promozione della tecnologia italiana nell’area. Grazie al supporto di Pisie, inoltre, Assomac ha curato la formazione professionale del personale impiegato nel Centro e successivi nuovi corsi di formazione saranno realizzati nel corso dell’anno. Oltre alla presidente di Assomac, Gabriella Marchioni Bocca, erano presenti all’inaugurazione il Vice Ministro vietnamita dell’Industria e del Commercio, Cao Quoc Hung, l’Ambasciatrice d’Italia in Vietnam Cecilia Piccioni e altre personalità locali. L’inaugurazione del Centro, ubicato nei dintorni di Ho Chi Minh City, presso il Centro Servizi Lefaso (l’Associazione che rappresenta i calzaturieri, conciatori e pellettieri vietnamiti) è avvenuta a margine della fiera Shoes and Leather. Assomac ha rinnovato le proprie cariche sociali per il biennio 2017-2019. Confermata la presidente, Gabriella Marchioni Bocca (Lamebo Srl), e i due vicepresidenti, Maria Vittoria Brustia (Brustia-Alfameccanica Srl) e Mario Serrini (Italprogetti Spa).

È nata la rete innovativa Face (Fashion Creative Industries) Design

Con il riconoscimento della Giunta Regionale del Veneto, è nata la 14esima Rete innovativa regionale, la Face (Fashion Creative Industries) Design. A darne l'annuncio i principali soggetti promotori: Confindustria e Confartigianato Veneto, il Consorzio della moda veronese, Certottica, lo IUAV ed il Politecnico Calzaturiero del Brenta. Si tratta di un'aggregazione trasversale che raggruppa tantissimi soggetti del sistema fashion dall'abbigliamento alla pelletteria, dalla calzatura - di lusso e sportiva - agli accessori, dalla maglieria agli occhiali. Un centinaio le imprese artigiane ed industriali già aderenti e soprattutto una lunga serie di soggetti della conoscenza tra cui: Iuav, Ca' Foscari, Cnr, diversi dipartimenti delle Università di Padova e Verona, Fondazione Univeneto, Unionfiliera e t2i, solo per citare i più noti. Questo il vero valore aggiunto del progetto di Regione Veneto che con le RIR vuole sviluppare crescita economica grazie alla ricerca ed alla innovazione. Il comparto Moda è tra le colonne portanti dell'economia manifatturiera regionale. Vi operano quasi 15mila imprese che danno lavoro a oltre 95mila addetti. Le specializzazioni sono distribuite su tutto il territorio regionale: a Vicenza conia, a Belluno occhialeria, a Padova e Treviso calzatura, a Verona e Treviso abbigliamento e maglieria. La progettazione della RIR è frutto dell'iniziativa del tavolo regionale, promosso tra tutti gli attori del fashion veneto. Tra gli obiettivi principali rendere la moda protagonista dello "Smart Manufacturing" e dell'"Internet of Things" con progetti come l'etichetta parlante, la ricerca di nuovi materiali e la sostenibilità ambientale. Ma anche dare impulso all'internazionalizzazione delle imprese, all'innovazione e all'individuazione di forme di finanza alternativa, a partire dai bandi regionali, nazionali ed europei a sostegno della progettualità delle aziende. E per finire la gestione dei processi di reshoring oltre che la capitalizzazione e consolidamento delle conoscenze e delle competenze.



ORAFI
Artigiani Associati

PARTNERS

idd


INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

VIA CASTELLARO, 17 - TEL. 041 466525
30030 FOSSÒ (VE)

“Il digitale sta pervadendo ogni area della nostra vita e il nostro compito è di abbracciare, cavalcare e sfruttare questa rivoluzione. Ormai non esiste ambito in cui la tecnologia non abbia dato il suo contributo: l’editoria, il commercio, la finanza, lo sport, i trasporti, l’educazione, la salute, la moda”. Riccardo Donadon, ospite dell’ultima assemblea ACRiB, ha creato nella campagna trevigiana la “fabbrica degli umani”. La sua creatura H-FARM, l’h sta per human, è una realtà innovativa in grado di supportare la creazione di nuovi modelli d’impresa, educazione dei giovani e delle aziende italiane in un’ottica digitale. Lungo le anse del Sile a Ca’ Tron di Roncade (Treviso), poco distante dall’aeroporto veneziano di Tessera, è possibile fare un salto nel futuro. Un futuro dove tecnologia e natura si mescolano.

H-FARM, che vede alla vicepresidenza Maurizio Rossi, oggi ospita oltre 550 persone, ma punta ai 3.000 nei prossimi tre anni.

Dopo avere venduto la sua ultima creazione E-Tree (società di servizi digitali), Donadon trascorre un anno sabatico dedicandosi al giardinaggio e nel 2005 fonda H-FARM, prima iniziativa al mondo ad adottare un modello che unisce in un unico luogo la formazione, gli investimenti e la consulenza alle imprese. Dal 13 novembre 2015 la società è quotata in Borsa a Milano. “Nei prossimi 10 anni il mondo



Riccardo Donadon: “Il digitale nostro compito è abbracciare e

che conosciamo scomparirà definitivamente con l’introduzione dell’innovazione, non solo tecnologica, ma anche di modello che poverà tutto. Alcuni lavori, che già oggi iniziano ad essere rari, scompariranno definitivamente e ne na-

sceranno di nuovi – spiega a *Business Shoes* l’innovatore trevigiano –. La rivoluzione digitale modificherà non solo i modelli di business, ma anche aspetti e piccole abitudini del nostro vivere quotidiano. Penso all’Internet of things che semplifi-



Digitale pervade le nostre vite, e sfruttare questa rivoluzione”

di Nicola Brillo

cherà la nostra vita, facendo nascere nuove abitudini nei consumatori che vivranno esperienze sempre più personalizzate grazie ai big data, in ogni settore. Ma anche ad Alexa, l'assistente virtuale di Amazon che oggi si evolve e si prepara a ricono-

scere addirittura le nostre emozioni”.

Nel 2016 è stato calcolato che circa il 65% della popolazione europea ha effettuato acquisti sul web, un dato destinato a crescere. Da anni oramai l'e-commerce ha stravolto le

nostre abitudini relative al processo di acquisto. La comodità e la praticità dell'acquisto online stanno avendo il sopravvento su quello tradizionale ma l'innovazione e la rivoluzione digitale stanno oggi stravolgendo ogni aspetto del processo di acquisto. Ne è la riprova Apple che ha semplificato ulteriormente questo procedimento attraverso Apple pay, che trasforma l'iPhone in una carta di credito. Nell'ultimo anno il suo utilizzo è cresciuto del 450% nel mondo grazie proprio a punti di forza come semplicità, sicurezza e privacy.

“La rapidissima diffusione che sta avendo Apple Pay, ad esempio, testimonia la necessità di un'evoluzione dei servizi di pagamento generata dai nuovi bisogni dei clienti e del mercato – prosegue Donadon –. L'urgenza di transazioni personalizzate, facili ed istantanee è conseguenza della trasformazione dei mercati e dei canali di distribuzione sempre orientati alla multicanalità, per cui negozio fisico e online tendono a fondersi”.

Le imprese in generale non stanno però sfruttando appieno i vantaggi della trasformazione digitale. “È ormai imprescindibile innovare nei processi per diminuire i costi, facilitare l'accesso alle informazioni e migliorare la customer experience e la produttività dei dipendenti. Soprattutto per il settore del fashion è necessario ripensare gli store fisici e focalizzarsi su quelli virtuali. Il



Il presidente di H-Farm Riccardo Donadon e il vicepresidente Maurizio Rossi

compito delle imprese è di rinnovarsi e di tenere il passo con l'innovazione: molte aziende si stanno rivoluzionando in ambito retail per offrire ai propri acquirenti non solo i prodotti, ma soprattutto un processo esperienziale di shopping innovativo, personalizzato e coinvolgente”, prosegue il fondatore dell'acceleratore di imprese trevigiano.

Esperienze innovative nel settore della moda sono quelle che H-FARM mette in campo con i negozi Diesel. “Nei principali negozi di tutto il mondo Diesel presenterà l'esperienza ai consumatori con vetrine cinetiche basate su un innovativo sistema interattivo. Il progetto digitale è composto da un'installazione video in cui il consumatore potrà interagire con i personaggi presentati nel video della campagna”, conclude Donadon.

Diesel è da sempre un brand sino-

nimo di avanguardia, che fa dell'innovazione un vero e proprio tratto distintivo. Iniziando dalla boutique milanese di Piazza San Babila, l'azienda fondata da Renzo Rosso ha recentemente presentato il nuovo modello di digital retail realizzato in collaborazione con il team della divisione Industry di H-FARM. Il modo in cui il consumatore interagisce con il punto vendita e i prodotti è totalmente rivoluzionato, grazie alla componente digitale e all'utilizzo di tecnologie capaci di esaltare la filosofia di Diesel, arricchendola di contenuti interattivi che coinvolgono di più i clienti, migliorano il servizio e rendono più efficaci le vendite attraverso l'analisi dei dati raccolti. All'ingresso del negozio si trova la digital concierge, un'interfaccia interattiva su schermi touch che dà il benvenuto ai clienti, fornisce informazioni su promozioni ed eventi in corso e aiuta i clienti ad

orientarsi nel punto vendita. Tavoli interattivi riconoscono autonomamente i capi e camerini intelligenti danno suggerimenti e indicazioni sui capi scelti. Le soluzioni sviluppate da H-FARM Industry sono altamente scalabili e facilmente replicabili, in modo da poter applicare il piano digitale alle altre boutique di Diesel nel mondo se il test di Milano darà esiti positivi.

Partirà in autunno invece il primo progetto di “open innovation continuo”, che si svolgerà tra le sedi di Ca' Tron e New York. In collaborazione con Liz Bacelar (fondatrice di Decoded Fashion ed esperta internazionale di moda), H-FARM ha lanciato TheCurrent, una nuova piattaforma che si rivolge alle realtà leader del fashion favorendo l'adozione di soluzioni innovative, tecnologiche e digitali, attraverso attività di scouting di startup, eventi mirati e programmi di accelerazione.

H-CAMPUS, IL SOGNO DIVENTA REALTÀ



Planimetria H-CAMPUS

In riva al Sile nascerà il campus digitale più innovativo d'Europa, capace di competere con le grandi università internazionali. Non può che chiamarsi H-CAMPUS la nuova idea partorita da Riccardo Donadon e il suo staff, che ha già una data di inaugurazione: settembre 2018. A seguire la divisione Education di H-FARM è il presidente Carlo Carraro (ex rettore di Ca' Foscari di Venezia e presidente anche della fondazione H for Human) e il ceo Massimiliano Ventimiglia.

“Nei prossimi anni il ritmo del cambiamento aumenterà vorticosamente, cambierà il mondo delle imprese, del lavoro, dell'istruzione – sono convinti da H-FARM – dobbiamo essere pronti ad affrontare la sfida”. H-CAMPUS sarà in grado di ospitare complessivamente oltre 3mila persone, tra studenti, giovani startupper, docenti, imprenditori e manager. La condivisione di uno stesso luogo favorirà il processo di contaminazione, lo scambio di idee, la creazione di opportunità, la nascita di stimoli e condivisione di esperienze e buone pratiche da cui trarre ispirazione ed esempio. Un unicum a livello eu-

ropeo: H-CAMPUS sarà non solo un punto di osservazione privilegiato sul futuro, sulle nuove tendenze del mondo del lavoro e dello sviluppo tecnologico, ma anche un serbatoio di talenti e competenze. Qui ci saranno le scuole primarie, medie, superiori, università e master (dai 6 ai 25 anni, in inglese). È stata infatti sottoscritta la partnership tra l'Università Ca' Foscari Venezia e H-CAMPUS per il corso di laurea triennale in Digital Management. “Fra 10 anni il mondo del lavoro sarà completamente diverso da quello che conosciamo – spiega Riccardo Donadon – il 65% dei lavori che vede oggi un bambino di 6 anni, quando entra a scuola, non esisteranno più tra 10 anni. La nostra generazione ha una responsabilità enorme verso i giovani: educarli al digitale, all'inglese e all'imprenditorialità”. L'investimento del progetto è consistente: 101 milioni. Si tratta di un fondo sottoscritto da Cattolica Assicurazioni, che deterrà una quota del 56%, con il supporto del fondo FIA2 gestito da CDP Investimenti Sgr, che deterrà una quota del 40%, e Cà Tron Real Estate (la società dei fondatori di H-FARM)

con una quota del 4%. Il progetto verrà realizzato secondo una logica di sostenibilità e rispetto dell'ambiente: solo il 10% dell'intera superficie occupata da H-CAMPUS (su 50 ettari complessivi) verrà edificata. Lo spazio restante verrà adibito a parco, restituendo così alla comunità oltre 27 ettari di terreno boschivo. I nuovi edifici in cui troveranno posto aule, auditorium, ristoranti, sale riunioni, spazi destinati allo sport e residenze studentesche verranno realizzati con un intervento a cubatura zero, recuperando dal territorio i crediti edilizi necessari. A livello energetico utilizzerà fonti di energia rinnovabili grazie al quale l'insediamento non impatterà in alcun modo dal punto di vista delle emissioni di anidride carbonica. E avrà una ricaduta economica annua (secondo i dati di Ca' Foscari) sul territorio circostante di oltre 8,7 milioni di euro. Il progetto, sviluppato ancora una volta dallo studio ZAA (Zanon Architeti Associati), può vantare una firma d'eccezione per la realizzazione del suo cuore pulsante, la biblioteca: è quella di Richard Rogers, uno dei più grandi architetti al mondo.



BILANCIA CONTAPEZZI
IN VENDITA ESCLUSIVA
FEDERICO LOVATO T. 041466334



NASTROTEX
CUFRA SPA

RIMETPLAST S.R.L.

MATERIE PLASTICHE PER LA CALZATURA



Rimetplast srl
via G. Di Vittorio, 28
50145 FIRENZE
Tel. 055311901 - 055308117
www.rimetplast.it



LA.CA.PEL. srl
Via VI Strada 8 - 30030 Fossò (VE)
tel. 041 5170442



FASCIATURA TACCHI E SUOLETTE - CAMBRATURA TOMAIE
INCASTRI - MONOBLOCCHIE CUOIO

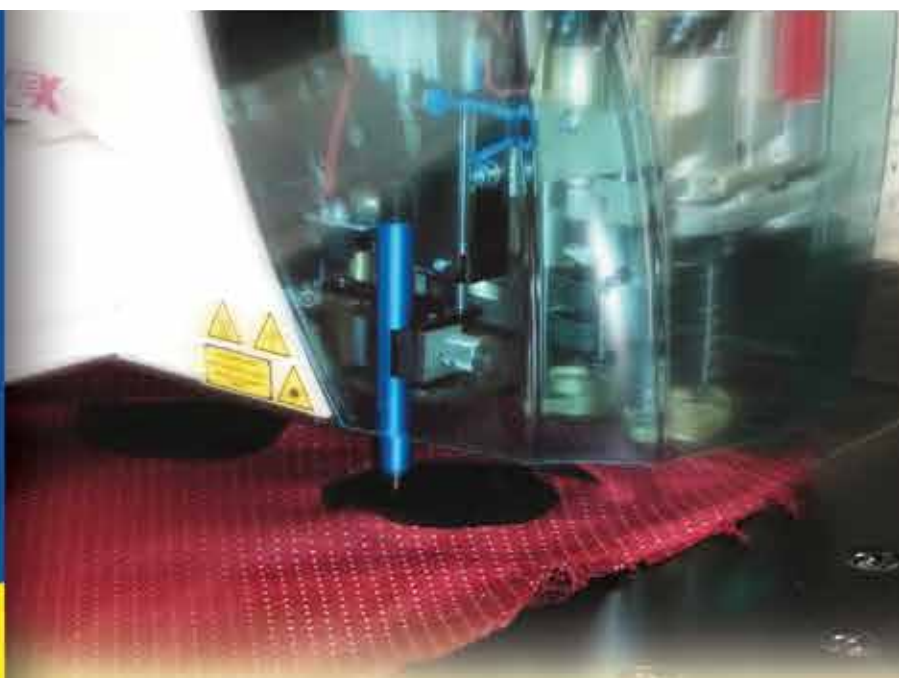


TRANCERIA

T.EMME2

CAD - CAM

Risparmia tessuto!!!
Simulazione di taglio
e materiale gratuito



TRANCERIA T.EMME2 CAD-CAM Srl
Via VI Strada, 2 Zona Industriale
30030 FOSSO' (Venezia) Tel e Fax 041/5170066
www.temme2.it info@temme2.it

Nasce nella Riviera del Brenta il progetto MYVI: un futuro con sessant'anni di storia



MYVI nasce da un'idea di Sandro Vicari, storica griffe internazionale delle calzature femminili artigianali del distretto d'eccellenza della Riviera del Brenta, alle porte di Venezia che prosegue con successo la propria filosofia creativa legata a stile, *qualità* e *praticità* da sempre applicata nelle proprie collezioni. L'idea MYVI è una perfetta sintesi di futuro e passato: il desiderio di reinterpretare una tradizione *handmade* di qualità assoluta che ha inizio nel lontano 1960.

Ad Alessandra Vicari, responsabile del progetto MYVI, chiediamo come nasce e qual è la filosofia ispiratrice di questa nuova linea di calzature.

MYVI è una calzatura dedicata a ogni

donna che *seduce per gioco e sogna Venezia ai suoi piedi*. In ogni MYVI c'è tutta l'esperienza della Sandro Vicari e la sua perfetta conoscenza del mondo della calzatura. C'è la passione dei suoi oltre ottanta esperti professionisti artigiani. C'è la fantasia e il talento e la "visione" di grandi designer italiani con esperienza internazionale. C'è l'ossessione per il dettaglio e una lavorazione manuale accuratissima. C'è una filiera produttiva gestita completamente a livello locale, per avere sempre ogni singola fase sotto controllo: dal taglio della pelle alla giunteria, dall'attaccatura dei contrafforti alla fasciatura delle solette e dei tacchi. Ma c'è anche il desiderio di percorrere nuove strade stilistiche, che dalle cal-

li di Venezia portano alle avenues di New York e alle *highways* di Shanghai.

Venezia dunque come *Genius Loci* del marchio MYVI?

Certo, in ogni MYVI ritroviamo il tema ispirante e ricorrente della città in cui nascono: Venezia. Non la città stereotipata di mille cartoline, spesso prigioniera dei suoi stessi cliché, ma una Venezia contemporanea, romantica e poetica. Ogni scarpa, stile, forma, o modello, raccontano l'anima più nascosta e meno conosciuta di Venezia, ispirandosi a una miniera inesauribile di spunti stilistici.

Dalle onde che increspano l'acqua della laguna agli interni privati dei palazzi seicenteschi, affacciati sui canali. Dal mistero impenetrabile delle ma-



schere al colore delle bricole che sveltano sull'acqua. Dalle preziose lavorazioni dei cancelli alla tradizione delle furlane, le morbide calzature tipiche dei gondolieri. Per noi ogni MYVI è Venezia, e ogni MYVI è il mondo.

Ma come nasce nel concreto una calzatura MYVI?

Le MYVI vedono la luce a pochi chilometri da Piazza San Marco, lungo la Riviera del Brenta, in un territorio ricco di contrade e angoli verdi con giardini fioriti, dimore nobili e salici dalle chiome protese sul fiume e lambite dalla corrente. Ogni modello, ogni tacco, ogni suola, ogni accessorio prende forma in un Distretto Calzaturiero d'eccellenza, celebre nel mondo da oltre cento anni. I modelli sono ideati nell'Ufficio Stile aziendale che detta le linee guida di ogni collezione, interpretando le proposte di importanti designer italiani con gran-

de esperienza internazionale.

Dal disegno alla realtà, ogni scarpa compie un viaggio che comprende fino a 150 fasi produttive differenti, in una filiera che arriva a produrre artigianalmente oltre 400 paia di scarpe al giorno: una produzione fatta a mano basata sulla cura meticolosa dei particolari e sulla scelta di materiali pregiati e ricercati. Una MYVI è fatta solo di cuoio e pellami di provenienza italiana, tracciabili fino all'origine, lavorati da concerie attente all'ambiente e alla sostenibilità. Camosci, vitellini, rasi, vernici, velluti, cavallini, sono scelti e selezionati con cura. E gli accessori che impreziosiscono i modelli MYVI sono tutti rigorosamente *nickel free*.

Le materie prime sono sottoposte a controlli continui per garantire la conformità agli standard richiesti dalla produzione internazionale: severi

test, certificati anche da società esterne, per controllare la perfetta tenuta della pelle e la resistenza del tacco agli urti.

Per una migliore calzatura, in ogni solletta è presente, in corrispondenza del metatarso, un materiale speciale che consente un perfetto *foot wellness* ammortizzando il peso del corpo: per questo le MYVI possono essere indossate a lungo e in tutte le occasioni, eleganti o informali.

Ogni scarpa è realizzata rispettando con severità la compatibilità ambientale, le norme igienico sanitarie e i criteri di sicurezza. Per ogni taglia, MYVI crea un prototipo che viene testato più volte per saggiarne la resistenza, la durata, il *fitting* e il *foot wellness*. L'obiettivo è sfatare il luogo comune per cui, per essere belle, bisogna soffrire. Per questo ogni MYVI è così affascinante e confortevole.



Qual è lo stile e gli elementi espressivi del marchio MYVI?

Pur nella varietà delle scelte, un sottile filo rosso, o forse dovremmo dire verde acqua come la laguna, lega tutti i modelli e tutte le collezioni per creare un universo armonico e sempre riconoscibile. Ogni scarpa ha un'anima versatile, il senso di un fascino senza sforzo, forme semplici e senza tempo. Il modello eroe che detta i modi e gli spazi a tutti gli altri è la classica *pump décolleté*. Una MYVI si riconosce per le linee femminili, per un design minimalista e 'pulito', per gli accessori impeccabili e curati, per dettagli mai appariscenti, ma sempre curiosi, come la V nascosta, ma immancabilmente presente. Ogni MYVI nasconde nelle linee, nei tacchi stiletto o a blocco, richiami a volte sottili e a volte evidenti ispirati a Venezia: una bifora, un antico cancello o l'occhio misterioso di una maschera. La filosofia di marca e la linea sono in perfetta armonia.

Venezia, la leggerezza, l'innocenza e il gioco degli opposti sono scritti in ogni forma e in ogni piega della pelle. **MYVI ha recuperato anche una storica calzatura veneziana, la furlana, rinominandola Furlove...**

Queste morbide esotiche "pantofole" di velluto, con la loro inconfon-



Alessandra Vicari

dibile foggia orientaleggiante, hanno conquistato i gondolieri di Venezia che le hanno scelte perché, grazie alla particolare morbidezza, non rovinano la vernice della gondola. L'origine è scritta nel loro nome: arrivano dal vicino Friuli, dove le donne di campagna inventarono nel passato un modo geniale per costruirsi scarpe a costo zero, riciclando vecchi pneumatici di bicicletta, sacchi di iuta per la suola e scampoli di stoffa per le tomaie. Le furlane classiche sono realizzate in corda e velluto. MYVI ha deciso di reinterpretarle, modernizzarle e reinventarle con la collezione Furlove, proponendo, a ogni stagione, un nuovo concetto di "furlana 2.0" per le donne di oggi, abbinabili a qualunque vestito: una combinazione irresistibile di materiali, colori, accessori e fantasia, in un gioco di infinito divertimento. Un prodotto estremamente versatile, ma anche vicino all'identità originaria.

Diego Mazzetto



Cleto Sagripanti rieletto ai vertici della confederazione europea della calzatura

di Diego Mazzetto

L'imprenditore maceratese Cleto Sagripanti, presidente di Kallisté Group, è stato rieletto per due anni ai vertici della Confederazione Europea della Calzatura. La rinnovata nomina è avvenuta nel corso dell'assemblea tenuta dagli imprenditori europei del settore lo scorso giugno presso la sede della Camera di Commercio di Venezia.

Tra i marchi di proprietà del gruppo presieduto da Sagripanti, oltre all'omonimo calzaturificio Kallisté di Fossò, fanno parte la marchigiana Alberto Fermani e le licenze N21 e Carven.

Presidente Sagripanti, quali scenari attendono la calzatura italiana nell'immediato futuro?

Sono scenari di grande cambiamento per diversi fattori dovuti soprattutto a livello politico internazionale. Tutti i fatti accaduti e che accadono non aiutano: gli attentati, il problema degli immigrati, le tensioni tra America e Corea non sono favorevoli alla crescita dei consumi e all'economia. Però, nonostante tutto, io sono convinto che i grandi cambiamenti siano in grado di creare sempre nuove opportunità. E una di queste è rappresentata da una fase di trasformazione fondamentale dei *retail*.

I negozi, indubbiamente, stanno sperimentando la seconda fase dell'e-commerce: una grande opportunità, secondo il mio parere, per le piccole-medie imprese. Faccio un esempio: fino a qualche anno fa per coprire una campagna pubblicitaria per il proprio prodotto ci volevano un milione due



Sopra Cleto Sagripanti con Eleonora Daniele

milioni di euro, oggi se qualcuno dovesse mettere due milioni di euro sul digitale coprirebbe tutto il mondo. Pensiamo dunque con quanta facilità oggi si può arrivare a far conoscere il proprio prodotto ai consumatori e con una spesa minima. Certo, bisogna avere in azienda gente fresca, evoluta, con mentalità nuova in grado di portare certe idee e innovazioni. Però attenzione: non bisogna compiere l'errore di dedicarsi solo all'online abbandonando il negozio. Le due forze devono trovare il giusto equilibrio. L'e-commerce e lo

spazio fisico, solo unite insieme, diventeranno per il consumatore un centro servizi di riferimento. Sapendo cogliere con la giusta strategia questi cambiamenti, per la calzatura italiana ci saranno in futuro scenari positivi, soprattutto per alcune aree di mercato come l'Asia; un'area interessante, non solo per la presenza della Cina, ma anche per Singapore, Indonesia, Corea e Malesia. Paesi che stanno crescendo con grande rapidità.

Tra i temi più scottanti nei distretti calzaturieri italiani sono,

in questo momento, la Brexit e il mercato russo. Può dirci la sua impressione a riguardo?

Di questi due temi ci stiamo occupando tutti i giorni a Bruxelles. La Brexit la stiamo monitorando, mentre per la Russia stiamo facendo tutto il possibile per cambiare lo scenario.

Riguardo alla Brexit, ritengo che l'incognita maggiore sarà rappresentata dai nuovi regimi tariffari. Per il resto, se non dovessero alzare barriere protezionistiche o dazi particolari io non mi preoccuperei troppo. Per la situazione legata alla Russia, invece, stiamo cercando di far cambiare l'atteggiamento dell'Europa verso quel Paese, ma non vediamo spiragli di apertura. A Bruxelles tutti i politici sono decisi a mantenere fermo un atteggiamento di chiusura. Indubbiamente c'è un clima di timore verso la Russia; e, anche se non si può parlare di un clima da *Guerra Fredda*, c'è preoccupazione verso questo paese. C'è da sperare che con le nuove elezioni di gennaio (che vedranno ovviamente Putin nuovamente rieletto), possa nascere un atteggiamento meno populistico da parte della Russia, creando i presupposti per un dialogo maggiore nei confronti dell'Europa.

All'aspetto politico, devo però aggiungere che il crollo dei consumi di calzature italiane in Russia non è dovuto totalmente alle sanzioni (che in effetti non colpiscono il calzaturiero, ma altri settori).

Bisogna prendere atto che negli ultimi cinque anni in quella nazione è avvenuto un cambiamento strutturale dei mercati. Sono scomparsi tanti piccoli negozi che acquistavano le calzature italiane e sono cresciute le catene commerciali che hanno preso il sopravvento nel settore, decretando



Cleto Sagripanti



Cleto Sagripanti con Sarah Jessica Parker

così un mutamento sostanziale del mercato rispetto al passato.

Per quanto riguarda i dazi internazionali?

In questo momento abbiamo tre dossier aperti sul tema: quello più caldo è quello con il Giappone e noi come Confederazione Europea della Calzatura sediamo al tavolo delle trattative. Negli ultimi due incontri ci sono stati tentativi di apertura per ridurre i dazi.

Per le quote, invece, temo che difficilmente saranno modificate, in quanto sono in mano a una casta molto forte.

Diverso il discorso con il Mercosur (mercato comune dell'America meridionale che comprende l'Argentina, il Brasile, il Paraguay, l'Uruguay e il Venezuela), dove noi paghiamo un dazio del 35%

sui nostri prodotti. Purtroppo le calzature sono dentro il paniere con i prodotti *food*, intrecciandosi così al complesso discorso legato all'OGM. Sarà perciò difficile un cambio del regime doganale in quell'area da qui ai prossimi due - tre anni.

Riguardo al fronte americano, il TPP (Trans Pacific Partnership) è stato congelato dopo le elezioni di Trump, come del resto tutti si aspettavano. In questo paese si mantiene perciò un dazio del 12% sulle tomaie in pelle e molto di più sul sintetico.

Manifattura e cultura, nel distretto calzaturiero della Riviera del Brenta, possono rappresentare ancora un binomio vincente? Quali cambiamenti saranno necessari?

Io credo molto in questa opportunità. Noi abbiamo accostato alla nostra azienda Kallistè la frase *Spirit of Venice* proprio per rafforzare l'identità del territorio della Riviera del Brenta, appendice di Venezia. Oggi si parla tanto di *storytelling*, cioè storia del marchio e un'azienda nata e cresciuta in quest'area ha una storia bellissima da raccontare.

Partendo dal presupposto che negli ultimi anni il territorio brentano è diventato un'area di licenze dei grandi marchi internazionali della moda, difficilmente interessati ad accomunare la propria storia con quella del territorio, per i produttori che hanno invece un proprio marchio questa è una grande opportunità da sfruttare nel miglior modo possibile.



LOVATO

FORNITURE PER CALZATURE E PELLETERIE

Prodotti

- › SOLVENTI E COLLE
- › CARTONCINI E CARTONI
- › FILATI IN COTONE E POLIESTERE
- › APPENDINI E SPALLINE
- › TESSUTI PER TOMAIE
- › BOTTONI RICOPERTI IN PELLE

SCOPRI

LE NOSTRE

OFFERTE

NELLO **SHOP ONLINE!**

La Rivista BUSINESS SHOES

SFOGLIA ONLINE
L'ULTIMO
NUMERO



www.lovatoforniture.it

PELLICOLA PROTETTIVA PER PELLAMI E TESSUTI



in vendita su
www.lovatoforniture.it



Rivenditore tessuti da rinforzo
Capame ditta Kalff
www.lovatoforniture.it



Fashion Wall Lab srl

www.fashionwall.it

cell. 3498353163

info@fashionwall.it

Tessuti, elastici a maglie, sneaker, stivali in tessuto, metodo brevettato per stivali in licenza, brevetto Vi 20140007



COMMERCIO ALL'INGROSSO
 NASTRO CHIUSURA A STRAPPO
 NORMALE E ADESIVO
 PER ALTA FREQUENZA

lesatex

Via Portenari, 2/D
 30175 VENEZIA-MARGHERA
 TEL. 041.923.065 FAX 041.929.616
 www.lesatex.com
 info@lesatex.it

nastro a chiusura universale

ALTER
 di Terrin Fabio e Giancarlo snc

**NOVITA' ALTER
 ACCOPPIATURA TESSUTI VARI,
 RICAMI E LAVORAZIONI
 A LASER**

Via Mattei, 11
 Tel/Fax 049/503215
 30039 S. PIETRO DI STRA' (VE)
 e-mail: info@alter-online.com
 www.alter-online.com

RIPARATORE PER CAMOSCIO

**In vendita esclusiva da Lovato Federico
 tel. 041 466334 lovatofed@virgilio.it**

POLITECNICO, CERIMONIA DI FINE ANNO ALLA SCUOLA DI DESIGN E TECNICA

Nella splendida cornice di Villa Foscari Rossi si è tenuta la cerimonia di fine anno della Scuola di Design e Tecnica della Calzatura e della Pelletteria del Politecnico Calzaturiero.

Sono stati consegnati i diplomi e i riconoscimenti agli oltre i 190 studenti della scuola e al termine della cerimonia i ragazzi hanno sfilato indossando le proprie creazioni.

Più di 400 i presenti in sala; i numeri degli iscritti sono in continua ascesa, segno di un distretto che ha capacità di innovarsi ma anche di un interesse di molti giovani a questo settore. Anche il livello di competenze in ingresso dei ragazzi è in continuo aumento: cresce la percentuale degli studenti che già hanno conseguito un diploma di laurea così come il numero di coloro che provengono da altri paesi come Spagna, Polonia, Albania, Romania, Nigeria, Cina, Marocco, India, Svizzera, Russia, Moldavia, Tunisia, Albania, Messico.

Per rispondere alle esigenze di un settore che richiede una continua innovazione e risorse sempre più qualificate, il Politecnico ha introdotto anche quest'anno importanti novità nella propria offerta didattica, abbinando conoscenze artigianali con nuove soluzioni tecnologiche.

Sono inoltre stati effettuati significativi investimenti in nuovi macchinari sia per le prove sui prodotti che per la prototipazione: le nuove stampanti e scanner 3D verranno inoltre utilizzate anche per l'attività del Fablab nuova iniziativa del Politecnico rivolta ai giovani per favorire la creazione di nuove imprese. E le novità non finiscono qui.

“Siamo molto soddisfatti del rendimento di questi ragazzi, in cui - oltre



a creatività e capacità tecnica - vedo soprattutto grande passione - ha affermato presidente Franco Ballin -. Credo davvero che queste nuove generazioni potranno assicurare un futuro di successo al Distretto Calzaturiero della Riviera del Brenta. Da parte nostra, cerchiamo di far evolvere sempre più la nostra offerta formativa. Più tradizione ma anche più innovazione: è il binomio vincente. E dal prossimo anno abbiamo grandi novità: due master internazionali con Ca' Foscari e IUAV e l'introduzione di corsi a qualifica regionale”.

Qui di seguito i premiati assegnati sono: Premio IC Forestali settore borse a Luca Mancin e per il settore calzatura a: Andrea Vittoria Tagliapietra, Nicolò Guido, Giulia Senese. Premio Basf Poliuretani a Marco Degan. I Premi Speciali: Premio Ivone Beggio per il progetto e l'innovazione stilistica vinto da Luca Perussato; Premio Arch. Zandarin per le competenze tecniche e di modelliera a Veronica Parlangei; Premio Bruno Lando per

la sensibilità artigianale e il saper fare manuale a Martina Malagò. Le Medaglie d'Oro Assocalzurifici assegnate agli studenti più meritevoli del II anno a: Angelo Shyrbi, Volpato Federico, Francisco Perez Corral.

Durante la cerimonia i ragazzi premiati e i corsi sono stati presentati da emozionanti video-clip girate dal video Maker Nicolò Carollo; Angelo Shyrbi, diplomato al Terzo anno di Specializzazione in Calzature di Lusso Fatte a Mano, afferma: “Ho scelto il Terzo Anno Calzature di Lusso Fatte a Mano per imparare le varie lavorazioni come la Goodyear e la Norvegese e raggiungere il mio obiettivo che è quello di aprire una mia attività”. Julia Cordeiro, brasiliana, dopo la laurea magistrale acquisita nel suo paese, si è trasferita in Italia ed ha iniziato a studiare presso il Politecnico “per imparare a fare borse originali e accessori con l'utilizzo di stampanti 3D”. L'evento si è concluso con una sfilata delle calzature prodotte quest'anno dalla scuola.

PRODUZIONE SOTTOPIEDI
E ANATOMICI

P.A.T. SRL



Via Noventana, 210
35027 NOVENTA PADOVANA (PD)
TEL. 049 8935367
FAX 049 8953252
E-mail: pat.anatomici@libero.it

ZERBINATI LUCIANO S.r.l.

Vendita componenti per:

**CALZATURE, PELLETTIERIE
E CONFEZIONI**

**TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI
SOLETTIFICI**

**RAPPRESENTANTE
PER IL VENETO**



Chemical Products for Shoes

Lavorazioni Ornamentali
su Tomaie e Cuciture
Opanka
By Milan Carmela

**DISTRIBUTORE SPECIALIZZATO
IN SCHIUMA DI LATTICE**

VILLANOVA DEL GHEBBO (RO)
Via del Lavoro, 17
Tel. 0425 669077 - Fax 0425 669994
Negozio: Via Valdentro, 117 - Lendinara (RO)
e-mail: zerbinatiluciano@libero.it

Italian innovation
KYOTEX
SYSTEM

PATENTED

**Il sistema di incollaggio
a freddo permanente
senza solventi e colle liquide**



Modello KYO101

www.alcgruppo.com

ALC
TECNOLOGIE
ADESIVE

**TINTURA ALL'ACQUA
PER BORDI FENICE**



**Rivenditore autorizzato
www.lovatoforniture.it**

L'ACRiB FESTEGGIA IL RECORD STORICO OLTRE 2 MILIARDI DI EURO DI FATTURATO

Per la prima volta nella sua storia l'ACRiB festeggia i 2 miliardi di euro di fatturato. L'associazione che raggruppa i calzaturieri del Brenta, entrata a far parte di Confindustria Venezia, ha messo a segno, in netta controtendenza rispetto all'andamento negativo del settore nazionale, un 2016 da record.

Le aziende della filiera sono aumentate di 12 unità, oggi sono 532 (360 in provincia di Venezia e 172 in quella di Padova); gli addetti sono passati da 10.032 a 10.38 (+357); le paia sfiorano ormai i 20 milioni (19.822.440 per la precisione, con un + 2,1% rispetto all'anno precedente). Per la prima volta il fatturato ha superato i 2 miliardi di euro: per la precisione 2.002,81 milioni, registrando un + 6,2% rispetto all'anno precedente. E la quota export è del 92%.

“Qui si fanno le calzature più belle al mondo – ha ricordato Siro Badon, presidente Acrib e vicepresidente di Assocalzaturifici – e quelle più difficili da realizzare: tutte le griffe della moda internazionale hanno una propria sede da noi o vengono qui a realizzare le calzature”. E il mix, scelto a metà degli anni '90, ovvero puntare esclusivamente sulla qualità dei prodotti, a premiare ancora oggi il distretto.

Ora la sfida si chiama 4.0. “Non pensiamo ad Industria 4.0 come ad uno slogan di moda nei salotti televisivi, quello che abbiamo davanti è una vera e propria rivoluzione industriale – ha proseguito Badon – Il futuro prevede nuove tecnologie, infrastrutture informatiche che si integrano, sistemi attenti ai consumi energetici. Ma ricordiamoci, come



Siro Badon, presidente ACRiB

dicevano i nostri vecchi, che le scarpe si fanno con mani e occhi”.

Il presidente Badon punta poi il dito contro la burocrazia (“Per giustificare sé stessa sta soffocando il Paese), “un fisco eccessivo ed ingiustificato”, il sistema bancario (“sta facendo pagare alla collettività i propri errori e sta asfissando le imprese alle quali non eroga credito”). Il futuro è anche l'apertura alle suole di gomma. Quello che per i calzaturieri della Riviera può sembrare sacrilego, è smentito dalle vendite: l'80% delle scarpe vendute al mondo hanno suola di plastica. “Dovremo creare quanto prima una filiera dedicata a questo tipo di calzature – ha concluso Badon – dedicandoci, come sempre, all'alto di gamma”.

Le aziende dell'Acrib possono contare sul Politecnico, che ogni anno forma o aggiorna oltre 1.000 giovani che vogliono imparare una professione oppure operai o tecnici che si vogliono aggiornare. Intanto in Riviera continua la “caccia” all'artigia-

no: l'arrivo di nuove firme, ultima in ordine è Ysl, scatena infatti la ricerca di operai specializzati presso le altre aziende.

Durante l'assemblea sono intervenuti Roberto Luongo (Direttore Agenzia ICE di Londra, in collegamento dalla capitale britannica), che ha parlato di Brexit e degli scenari che si presenteranno sui mercati internazionali. Poi l'intervento di Riccardo Donadon, presidente e amministratore delegato di H-Farm, sullo scenario digitale che ci attende e come questo sta influenzando tutti gli ambiti, e in particolare il mondo fashion. Sono intervenuti inoltre Giorgio Perilongo (vice presidente Fondazione Salus Pueri), Gian Michele Gambato (presidente Confindustria Venezia-Rovigo), Tommaso Cancellara (dg Assocalzaturifici) e il presidente di Confindustria Veneto Matteo Zoppas.

Durante l'assemblea sono stati premiati due imprenditori che hanno contribuito alla storia di Acrib, Giu-



Giuseppe Baiardo



Claudio "Roberto" Panizzolo

sepe Baiardo e Claudio "Roberto" Panizzolo. Il primo piemontese di nascita, brentano d'adozione. Giuseppe Baiardo (il mondo lo conosce con il solo Giuseppe) inizia l'arte calzaturiera giovanissimo, tanto da celebrare quest'anno il primo mezzo secolo di un appassionato "matrimonio" con le scarpe da donna.

Nella sua carriera, si è formato alla scuola di imprenditori illuminati (Ottorino Bossi, Pupi D'Angeri, "Maude Frizon"). Ha collaborato e collabora con designers e creativi di marchi internazionali.

Attivo nella vita associativa, Giuseppe ha ricoperto la carica di Presidente di ACRiB, del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta. E' stato presente nel Consiglio Direttivo di Asso calzaturifici, Confindustria Venezia e Confindustria Veneto. E' stato pure componente del Cda di Carive. Oggi è presidente di Acrib Servizi srl e Componente del Cda del Politecnico Calzaturiero.

Claudio "Roberto" Panizzolo, all'inizio degli anni '70, fa il suo ingresso nell'azienda fondata dal padre Egisto. Si inserisce nell'ufficio stile, conferendo una nuova impronta al

campionario e portando l'azienda al successo nel mercato nord europeo. Con abilità e dedizione riesce ad ampliare la gamma di prodotti offerti, legando indissolubilmente il marchio Maripé ad una calzatura fashion e di design con un prezzo accessibile. Tra i suoi successi professionali, il riconoscimento da parte di una grossa associazione olandese del premio quale primo retailer di calzature in Olanda, per aver commercializzato oltre 100.000 paia di un solo modello. Roberto sta ora preparando il terreno affinché i suoi figli Mattia e Carola possano prendere in mano le redini dell'azienda e proseguire la tradizione familiare. Al termine è stato inoltre premiato il Calzaturificio Gritti srl di Fossò (VE), che si è distinto per aver mantenuto il sistema SGSL (Sicurezza in azienda) in maniera esemplare nel 2016.

Sui dati Acrib del 2017 è intervenuta Confartigianato. "Dati importanti che arrivano dagli industriali – ha commentato il presidente regionale dei calzaturieri di Confartigianato Marino Munerato – che però stridono con una situazione di delocaliz-

zazione e abusivismo che fanno ancora da padroni nel nostro territorio. Non a caso nel veneziano i laboratori artigiani che operano nel settore – sempre nel 2016 - sono calati di 9 unità (-3,6%). Risultato del saldo tra 36 cessazioni e 27 nuove nate molte delle quali però a conduzione cinese".

"Si tratta di una ricchezza effimera – ha proseguito Munerato – se il territorio non ne trae giovamento. Ed è per questo che proprio in questo momento positivo sarebbe da rilanciare il progetto del Marchio della calzatura doc della Riviera coinvolgendo anche i contoterzisti artigiani che sono quelli che più hanno bisogno di vedere riconosciuta la loro professionalità ed importanza. Ad oggi – ha concluso – solo 5-6 aziende su 900 dell'intero distretto hanno aderito al Marchio della Calzatura della Riviera del Brenta. Il marchio, partito fra le speranze dei lavoratori e degli imprenditori, rischia quindi di naufragare per lo scarso interesse degli imprenditori industriali. Noi artigiani siamo pronti a fare la nostra parte, attendiamo aperture concrete dai nostri committenti".

Renato Maria Cesca è il nuovo presidente del club Rotary Riviera del Brenta



Da sinistra: Leopoldo Trolese (Prefetto), Adriano Bianco (Past Presidente), il Governatore Stefano Campanella e il nuovo Presidente Renato Maria Cesca.

Presso l'Hotel Villa Franceschi di Mira, lo scorso 13 luglio il nuovo presidente del club Rotary Riviera del Brenta Renato Maria Cesca ha accolto il Governatore del Distretto Rotary Dr. Stefano Campanella e ha esposto le linee guida del suo programma. "Vorrei concentrare i nostri sforzi – ha dichiarato Renato Cesca - sulle necessità che la nostra zona, la Riviera del Brenta, presenta e in particolare per cercare di soccorrere le cosiddette nuove povertà: famiglie senza più reddito, bambini e anziani. Come sempre, il Rotary sarà anche attento alla cultura: per questo è previsto il restauro di un'importante opera d'arte del territorio". "Credo inoltre sia necessario per le fortune del club – ha proseguito

Cesca - che l'impegno e la dedizione siano di molti, non solo del Presidente: gli amici che nel Consiglio e nelle Commissioni hanno accettato di condividere la responsabilità di quest'anno sono per me un conforto e un sostegno e non ho dubbi che faremo squadra per raggiungere i comuni obiettivi". Al neopresidente Renato Cesca, per l'anno Rotariano 2017-18 sarà affiancato il nuovo consiglio direttivo formato da: Antonella Fede (Vicepresidente), Luca Baldan (Segretario), Pietro Milano (Tesoriere) e Leopoldo Trolese (Prefetto). Dai consiglieri: Stefano G. Siggia, Stefano Maria Boldrin, Marina Roncoroni, Edoardo Maretto, Luca Baldan e, infine, da Adriano Bianco (Past Pre-

sidente) e Ivana Vianello (Presidente Incoming). Per le Commissioni, Adriano Bianco sarà responsabile di Amministrazione e Finanza; Piero Bortoletti dell'effettivo, assiduità e nuovi soci; Rafi El Mazloun per i Progetti e Service; Gabrio Pellegrini per la comunicazione; Roberto Rongaudio per Azione Giovani e Nuove Generazioni; Stefano Maria Boldrin per il Premio Giovani Musicisti "Giulio Argenti"; Luca Baldan per la Fondazione Rotary, Venice Marathon. Durante la serata sono stati nominati anche cinque nuovi soci onorari: il Gen. Pasquale Di Gennaro, il Prof. Alessandro Grossato, il Dr. Franco Vescovo, il Cav. Diego Mazzetto e la Dott.ssa Sara Zanferrari.



MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



Per informazioni www.lovatoforniture.it

STONEFLY APRE A PORTO SANTO STEFANO

L'azienda veneta guidata da Andrea Tomat inaugura un monomarca nel cuore della città affacciata sul Golfo dell'Argentario



Stonefly, l'azienda italiana leader nella produzione di calzature ad alto contenuto di comfort e innovazione, ha aperto nel luglio scorso un negozio monomarca a Porto Santo Stefano, nel cuore dell'Argentario, in Piazzale del Valle a pochi passi dallo splendido Lungomare dei Navigatori, disegnato da Giorgetto Giugiaro. Il nuovo concept propone un ambiente elegante, luminoso, glamour, ricercato nei materiali ma con un fascino senza tempo. Il layout è stato studiato per offrire una shopping experience all'insegna del comfort, una boutique accessibile e democratica in grado di dare il giusto risalto alle

collezioni Stonefly. Punti di forza di questa nuova opening rimangono le collezioni Stonefly dove design, stile e creatività trovano la loro perfetta armonia grazie alla ricerca di soluzioni tecnologiche innovative: la linea Blusoft con lo speciale cuscinetto in gel che ammortizza l'impatto del piede al suolo e permette di camminare con leggerezza e senza fatica; Blu soft memory, il primo sottopiede in memory foam con inserti in materiale a cellule aperte super ammortizzante e traspirante; e Second Skin, un sistema innovativo che rappresenta la nuova frontiera del comfort e grazie al quale la scarpa diventa avvolgen-

te, morbida e leggera. La capacità di unire Tecnologia e Stile è la chiave del successo di Stonefly. Una scelta che premia sui mercati più qualificati e permette di confermare i progetti di sviluppo e crescita. Il punto vendita di Porto Santo Stefano va ad arricchire il piano retail di Stonefly che conta: Cinque flagship store in Italia: Milano (Corso Europa); Roma (Via Nazionale); Bologna (Via IV Novembre); Treviso (Piazza dei Signori), Genova (Galleria Mazzini); ventidue monomarca in tutta Italia, sessanta nel resto del mondo e centotrentacinque tra corner e shop in shop in Europa.



LA DITTA

Dagli anni '80 la ditta Gini s.n.c. è riuscita letteralmente a "cambiare la pelle", riuscendo ad aggiornarsi in base alle esigenze del mercato e reinventandosi senza perdere la sua identità fortemente integrata nel territorio.

Ha trasformato un gruppo di giovani e inesperti apprendisti, in un valido e affiatato team di artigiani della pelle, che riesce ogni giorno a lavorare con passione, coniugando la più avanzata tecnologia del settore con creatività, qualità, manualità ed esperienza proiettate in una continua evoluzione.

LAVORAZIONI

- taglio pelli e tessuti per arredamento •
- automotive interiors leather •
- taglio accessori pelle e tessuto per abbigliamento •
- taglio e fustellatura materiali plastici, PP, PE, ecc. •
- produzione interni ed accessori di caschi da sci e moto •



Gini s.n.c. di Innocenzo & Arnaldo Gini
 Via Sule, 3 - 37044 Cologna Veneta (Vr) - Tel 0442 85721
 www.helmet.it - e-mail gini.snc@tiscali.it - info@helmet.it



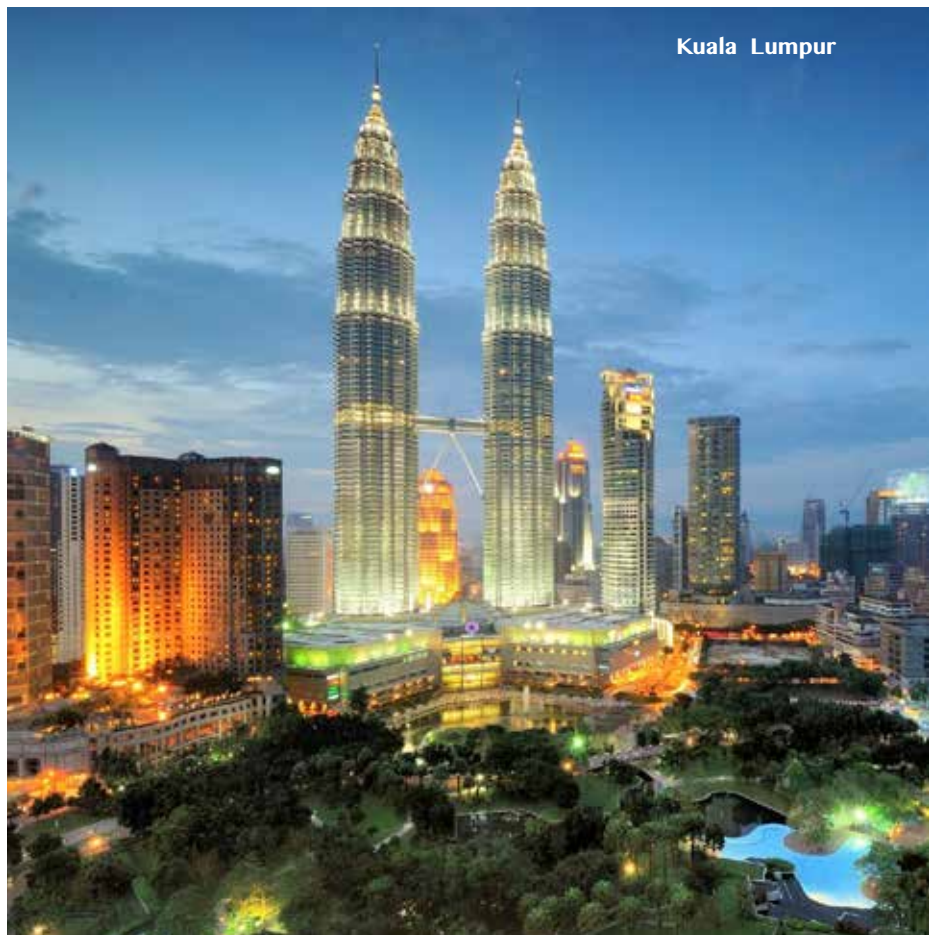
SCATOLIFICIO 2G di Giantin Giancarlo & C. S.a.s. - Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Villatora di Saonara PD
 Tel. +39 049 640366 - Fax +39 049 644888 - www.scatoleduegi.it - info@scatoleduegi.it



Progettazione, produzione e commercializzazione di scatole rivestite internamente ed esternamente per vari settori merceologici.
 Design, manufacture and trade of internally and externally lined boxes for various commodity sectors.

Malesia, l'ex Tigre asiatica torna a crescere

Maurizio De Pra
Consulenza e formazione
maurizio.depra@fastwebnet.it



Kuala Lumpur

L'economia malese è profondamente cambiata dalla fine degli anni 70 a oggi. Da un'economia agricola e mineraria dominata dalla produzione di materie prime come stagno e gomma, la Malesia ha oggi un'economia industriale diversificata ed è diventata un importante esportatore di elettrodomestici, parti elettroniche e componenti, olio di palma, e gas naturale.

La Malesia fa parte dei Paesi che hanno caratterizzato il boom delle economie del sud-est asiatico negli anni 90, passando dallo status di Paese del terzo mondo a economia sviluppata. La corsa della Malesia e delle altre "tigri asiatiche" è stata rallentata dalla profonda crisi finanziaria che si è verificata nel sud-est asiatico alla fine degli anni 90, ma la Malesia ha comunque saputo riprendere a crescere con forza negli anni successivi (anche se a tassi inferiori). Prima della crisi del sud-est asiatico, la Malesia sem-

brava essere destinata a ricoprire un ruolo centrale nel futuro economico mondiale raggiungendo in pochi anni le principali economie mondiali: questa prospettiva era supportata dal crescere di una "bolla asiatica" che portava molti operatori a sovrastimare i reali valori economici e finanziari dell'area. La crisi ha ridimensionato il ruolo di molti Paesi dell'area, ma la Malesia continua a essere tra le economie più dinamiche e in espansione dell'area. Lo stesso discorso può essere fatto a livello finanziario, con la borsa valori di Kuala Lumpur che ha sicuramente perso importanza rispetto ad altre borse valori dell'area (Singapore su tutte), ma continua ad essere una piazza finanziaria importante.

Concentrandosi su un orizzonte temporale di media lunghezza, si può notare che la tendenza espansiva dell'economia malese ha registrato una fase di rallentamento a partire dal

2015. Dopo la crescita del 7,2% del Pil nel 2010, l'economia malese ha infatti prima rallentato leggermente, attestandosi nel periodo 2011-2013 su tassi di crescita intorno al 5%, per poi salire al 6% nel 2014, raggiungendo la massima crescita degli ultimi anni. Il 2015 ha fatto registrare un nuovo rallentamento, con una crescita del 5%, seguito nel 2016 da un +4,4%. Nel 2017 è prevista un'ulteriore flessione nella crescita dell'economia, con un incremento del 4% che, pur essendo positivo, continua un trend al ribasso in cui l'economia malese sembra perdere progressivamente forza.

La flessione della crescita dell'economia è dovuta a una serie di fattori interni ed esterni. Tra i fattori esterni, il più importante è indubbiamente il forte grado di apertura dell'economia verso l'esterno: questo la rende vulnerabile alle dinamiche dei mercati internazionali e all'andamento dei



principali fattori macroeconomici internazionali. Va comunque considerato che l'apertura dell'economia verso l'estero può essere considerato anche uno dei suoi principali vantaggi, perché è soprattutto grazie al commercio internazionale che l'economia malese ha potuto crescere a ritmi sostenuti per molti anni.

Tra gli altri fattori esterni vanno ricordati anche la diminuzione della domanda di beni e servizi provenienti dal principale partner commerciale della Malesia, la Cina, a causa del rallentamento dell'economia mondiale, i forti ribassi dei prezzi delle materie prime, come petrolio e olio di palma e la volatilità dei mercati finanziari. Tra i fattori interni invece va ricordata l'introduzione di una politica fiscale più rigida, che ha portato alla contrazione della crescita dei consumi privati e a un forte taglio degli investimenti e dei sussidi di Stato.

Secondo gli ultimi dati ufficiali, a

livello di apporto settoriale al prodotto interno lordo la componente principale restano i servizi, sostenuti in particolare dal settore finanziario (54%). Si confermano in crescita (anche se meno rispetto al passato) i consumi privati (+6,0%), il settore edile (+8,2%) e il settore manifatturiero (+5,5%). Un ruolo da protagonista nella crescita è comunque giocato dalle piccole e medie imprese, che rappresentano il 98,5% delle imprese registrate, e che concorrono alla formazione del Pil per circa il 35%.

Per ridare slancio all'economia, le autorità stanno cercando di indirizzarsi sempre di più verso l'aumento dell'export (soprattutto di prodotti elettrici e dell'elettronica, che attualmente ha un peso di quasi il 50% dell'output industriale) e verso il mantenimento di un percorso virtuoso di regolarizzazione dei conti e di sostegno pubblico alla crescita. In quest'ottica vanno lette le scel-

te di politica economica che hanno l'obiettivo raggiungere il pareggio di bilancio entro il 2020 e la riduzione del deficit fiscale, passato dal 3,5% al 3% del 2016, e del debito pubblico, stabile intorno al 55% del Pil nell'ultimo decennio ma con la tendenza a crescere. Queste politiche mirano a stabilizzare i conti del Paese e a diminuire i rischi derivanti da alti livelli di indebitamento pubblico, dando così maggiori margini di manovra al governo per future politiche economiche espansive. Sulla stessa linea vanno collocate anche le azioni della banca centrale che hanno tenuto bassa l'inflazione nel corso degli ultimi anni (stabile attorno al 2,5%-3%). La banca centrale non è riuscita però a frenare il fortissimo deprezzamento della moneta locale, il ringgit, nei confronti delle principali valute estere (basti pensare che ha dimezzato il suo valore nei confronti del dollaro dal 2013 al 2017), causato da una

Le grotte di Batu



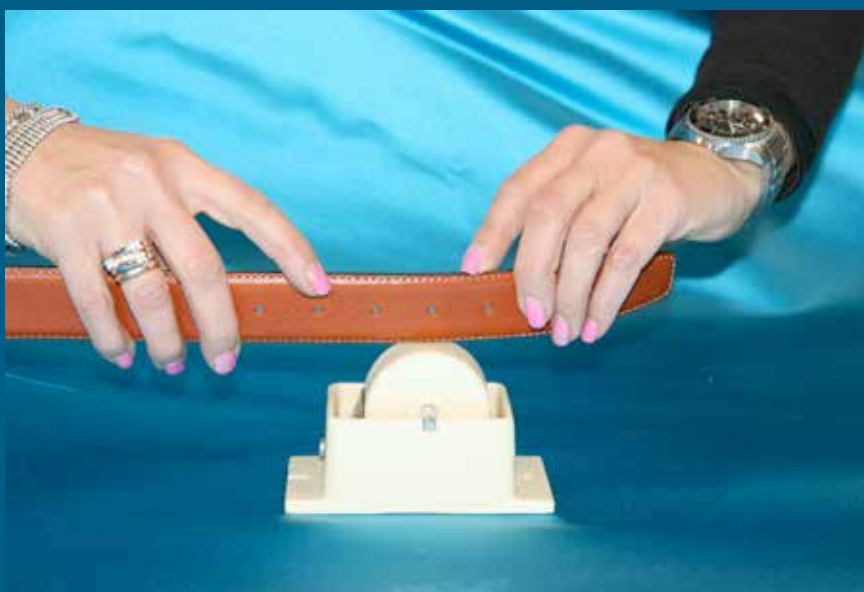
serie di fattori concomitanti, tra cui il prezzo del petrolio molto debole, alcuni scandali finanziari e politici che hanno coinvolto un fondo di investimento sovrano, il rallentamento della crescita economica legata a fattori esterni, come per esempio il rallentamento dell'economia cinese. Nonostante una moneta debole favorisca l'export, quando il deprezzamento è troppo forte possono infatti verificarsi seri squilibri della bilancia dei pagamenti e dei conti pubblici. In conclusione la prospettiva economica a breve termine di Malesia rimane generalmente favorevole grazie a un'economia ben diversificata, anche in un contesto esterno negativo. Gli esperti della Banca Mondiale prevedono che la domanda interna continuerà a trainare la crescita economica, sostenuta anche dalla continua crescita del reddito pro-capite e

dal mercato del lavoro stabile (negli ultimi anni si è attestata intorno al 3%). Inoltre il miglioramento previsto nel commercio globale contribuirà positivamente all'export malese, e l'impegno del governo nel consolidamento fiscale (con un target di disavanzo pubblico fissato al 3% del Pil per il 2017) porterà ulteriori benefici all'economia, anche se è probabile che siano necessarie nuove riforme nel settore pubblico per ridurre ulteriormente le spese e aumentare le entrate fiscali e migliorarne l'efficienza. Per quanto riguarda infine il commercio estero, vanno registrate le buone prestazioni della bilancia commerciale (+14,7% nel 2015, ultimo dato ufficiale disponibile) soprattutto grazie alla maggiore crescita delle esportazioni (+2,2%) rispetto alle importazioni (+0,7%). Tra i maggiori Paesi clienti della Malesia si trovano Singa-

pore, la Cina e il Giappone, mentre l'Italia si trova stabilmente in ventesima posizione, con un controvalore delle merci importate pari a circa 840 milioni di euro nel 2015 (rispetto ai 20-25 miliardi di euro dei primi tre Paesi importatori dalla Malesia). Tra i prodotti più esportati troviamo i prodotti e i componenti elettronici, i prodotti minerari, i prodotti chimici e quelli alimentari. Tra i maggiori Paesi fornitori della Malesia si trovano sempre Cina e Singapore, mentre il Giappone è stato recentemente superato dagli Stati Uniti. Anche in questo caso l'Italia si trova in ventesima posizione, con un controvalore delle merci importate in Malesia di circa 1,2 miliardi di euro nel 2015. Tra i prodotti più importati si trovano i prodotti e componenti elettronici, i prodotti chimici e i derivati del petrolio, e i prodotti metallurgici.

NOVITA'

MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua



Per informazioni www.lovatorforniture.it

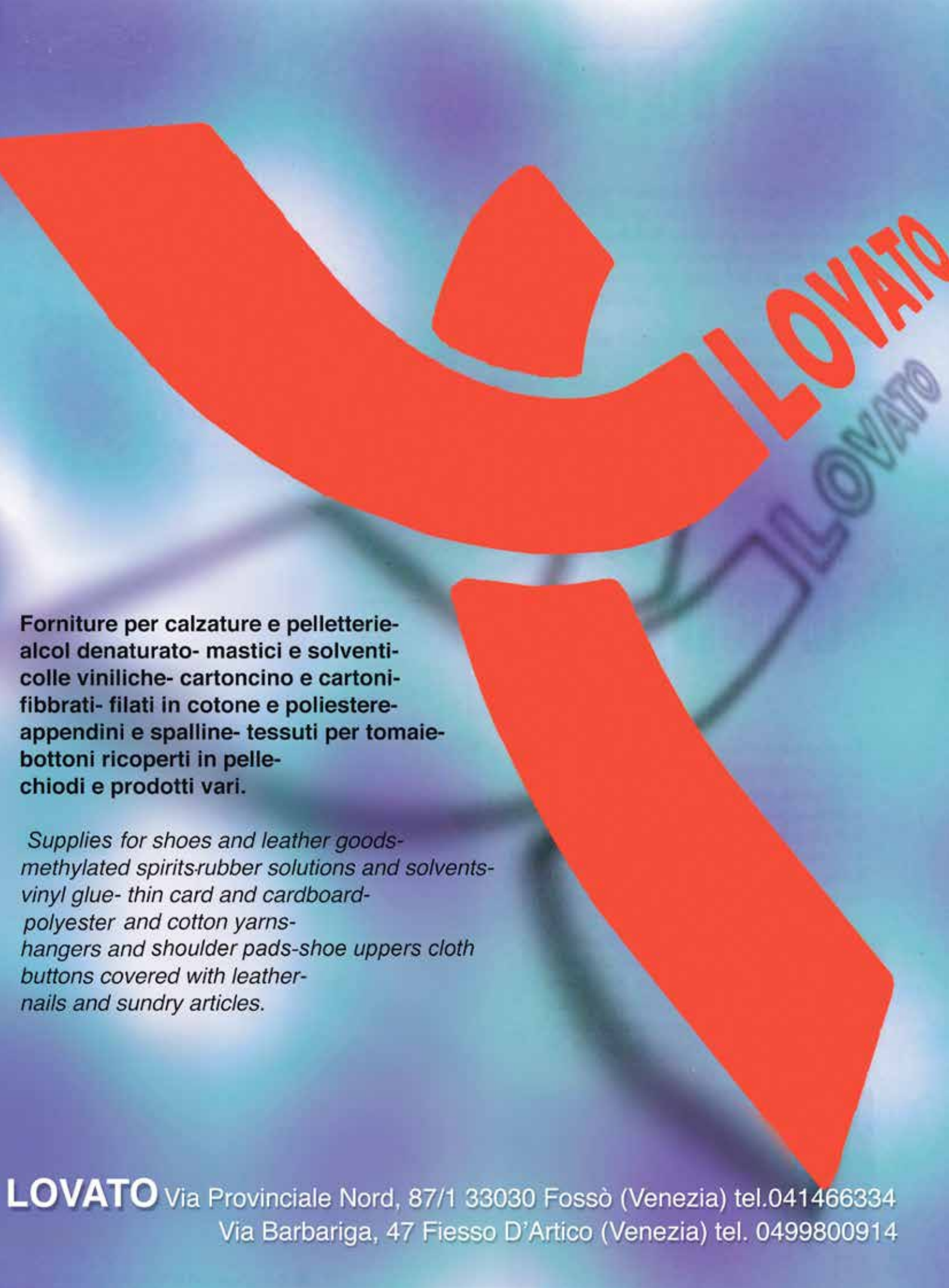


Moro Minuterie s.r.l.

Via Undicesima Strada, 4/6

35129 Padova - Italy

Tel. 049 8072688 - www.moromin.it



**Forniture per calzature e pelletterie-
alcol denaturato- mastici e solventi-
colle viniliche- cartoncino e cartoni-
fibrati- filati in cotone e poliestere-
appendini e spalline- tessuti per tomaie-
bottoni ricoperti in pelle-
chiodi e prodotti vari.**

*Supplies for shoes and leather goods-
methylated spirits-rubber solutions and solvents-
vinyl glue- thin card and cardboard-
polyester and cotton yarns-
hangers and shoulder pads-shoe uppers cloth
buttons covered with leather-
nails and sundry articles.*

LOVATO Via Provinciale Nord, 87/1 33030 Fossò (Venezia) tel.041466334
Via Barbariga, 47 Fiesso D'Artico (Venezia) tel. 0499800914



ARMIDA S R L

**MACCHINE ED ACCESSORI
OFFICINA - RIPARAZIONI
ASSISTENZA**
per calzaturifici
per pelletterie
per cucire

ORMAC CHALLENGER TRACER



Via Tramazzo, 27
Tel. 041 5161936 - Fax 041 5161937
30032 FIESSO D'ARTICO (VE)
E-mail: info@armida-srl.it
www.armida-srl.it

**da più di 35 anni
al servizio
della calzatura**



FOOTBALL

SHOES


**BUSINESS
shoes**





Un secolo di moda italiana in mostra a Villa Pisani a Stra



La mostra “Gli italiani e la moda. 1860-1960”, curata da Alberto Manodori Sagredo e promossa dalla direzione del Polo Museale del Veneto con il patrocinio del Comune di Stra, è aperta fino al primo novembre 2017.

Nei suggestivi spazi del museo di villa Pisani, l'esposizione racconta, attraverso trecento fotografie originali, la storia affascinante di cento anni di moda italiana. Senza dimenticare lo sfarzo dell'alta moda, l'esposizione si concentra su quella di tutti i giorni, mostrando come, nell'arco di un secolo, si è evoluto il modo di vestire degli italiani: celebrità e gente comune, uomini, donne e bambini che affollavano strade e piazze, uffici e

giardini pubblici. Dalla *redingote* alla giacca, dai corsetti alle linee morbide dei tailleur femminili, dal cilindro alla bombetta al capo scoperto, un viaggio nel tempo come solo le fotografie sanno mostrare, in cui i visitatori possono ritrovare il volto antico e poi sempre più moderno non solo dei modi italiani dell'abbigliamento ma, soprattutto, della propria storia familiare, tanto personale quanto sociale, che è segno e memoria dei modi, non solo estetici ma morali e civili, con cui il vivere quotidiano affrontò ben due guerre mondiali e una dittatura fino al sorgere della Repubblica.

Le fotografie dell'Ottocento raccontano e descri-



vono un'età ormai perduta nelle cui immagini ritorna la serietà e i modelli dei ruoli sociali e del buon gusto d'allora. Signori in redingote e cilindro, con i pantaloni rigorosamente non stirati, sono ripresi dal fotografo nel loro più consono aspetto quanto mai dignitoso. Questi si accostano a signore e signorine chiuse in abiti con uno stretto corsetto, dalle ampie gonne sorrette da apposite crinoline, ornato da fiocchi e merletti fatti a mano in casa. Le popolane si avvolgono in grandi scialli e le loro lunghe gonne scendono diritte a terra. I lavoratori invece indossano per il fotografo l'abito della festa e magari si tolgono la bombetta che durerà loro per una vita. Anche le acconciature si ispirano ai modelli delle classi sociali maggiori, che nell'Ottocento hanno il loro prototipo nella figura del sovrano. Così, nei ritratti fotografici, la foggia dei capelli, dei baffi lunghi, folti e arricciati come del taglio delle barbe fanno eco a quelli del re Vittorio Emanuele II prima e Umberto I dopo, mentre la pettinatura delle signore raccoglie in morbidi chignon i lunghi capelli o si ispira alle acconciature ricercate della Principessa Sissi.

Poi, con il Novecento, tutto muta, e mentre gli abiti maschili riscoprono i colori tenui per le sta-





gioni più calde, le donne abbandonano gli ampi e invadenti vestiti per fogge più semplici nel taglio e nel profilo, dall'orlo che svela le caviglie, mentre anche le belle chiome si offrono alle forbici del parrucchiere. Le fotografie registrano ogni cambiamento dell'aspetto e dell'abbigliamento, poiché la fotografia segue e insegue il mondo e la sua realtà umana e sociale.

Così si arriva alle mode degli anni del regime fascista, dove modelli di apparente *proto femminismo* della "buona società" si confrontano con la praticità degli abiti maschili, mentre perdura negli uomini l'uso di portare il cappello che per le donne è ancora un elegante vezzo, a cura di tante più o meno costose modiste.

Infine, con gli anni del secondo dopoguerra, l'abbigliamento maschile e femminile dividono le loro strade, e se gli uomini ancora non abbandonano, nell'impresa della ricostruzione, giacca e cravatta, le donne indossano abiti sempre più pratici e accorciati, individuando nel tailleur il modello e segno della crescente richiesta del riconoscimento di una completa pari dignità con l'altro sesso. A ispirare la gente comune non sono più (solo) re e principesse, ma i divi del cinema: Tyron Power, Amedeo Nazzari, Alida Valli e Rossano Brazzi.



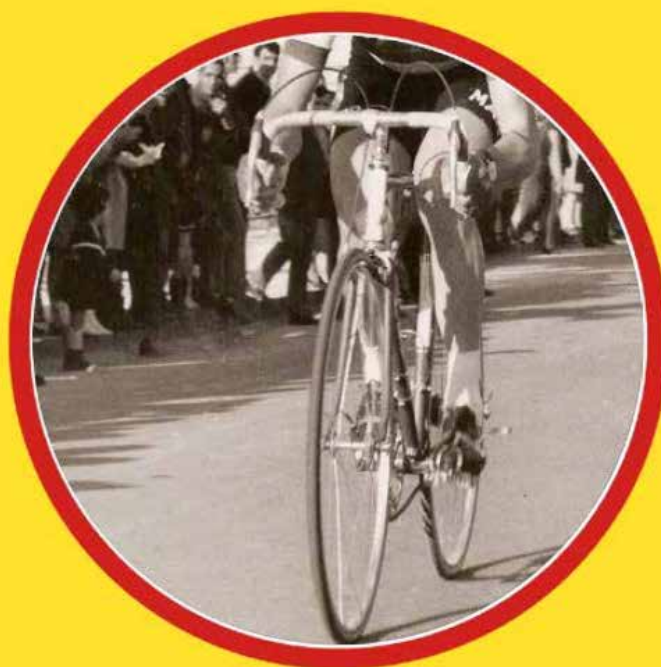
ESCE “IL RISCATTO” DI SEBASTIANI, IL GIALLO DEL CICLISMO AMATORIALE

Edizioni inContropiede si tinge di giallo. Per la prima volta la giovane casa editrice veneziana pubblica un thriller, ovviamente ambientato nel mondo dello sport. “Il Riscatto” di Alfredo Sebastiani possiede i tempi e la tensione di un giallo sportivo, sorprendentemente sospeso tra ciclismo amatoriale e criminalità organizzata.

Franz Di Giacomo ha una vita tranquilla, un lavoro sicuro e una bella famiglia. Ha smesso di fare il ciclista ad un passo dal professionismo, quando il suo migliore amico è morto in gara, stroncato dalla droga. La passione per la bici e il talento però non si possono nascondere e così nel tempo libero affronta le montagne del Trentino e dell’Alto Adige, con una pedalata da fuoriclasse vero. E proprio mentre aggredisce una di queste salite, viene notato da un malavitoso senza scrupoli. Uno di quei personaggi a cui non è facile dire no. Da quel momento la vita di Franz non sarà più come prima. Le sue scelte mettono in pericolo anche l’adorata figlia. Sono i giorni del terremoto in Abruzzo, mentre i calciatori continuano a vendersi le partite e i ciclisti si dopano a tutti i livelli. L’autore è Alfredo Sebastiani, nato a L’Aquila nel 1965, di professione allenatore di calcio professionista, insegnante di scienze motorie, docente Coni e Figc. Ha conquistato la promozione in C1 con l’FC Suedtiroil ed è stato secondo di Beppe Sannino sulla panchina del Watford, in Inghilterra. Cura una rubrica set-

I GIALLI INCONTROPIEDE

ALFREDO SEBASTIANI
IL RISCATTO



1 romanzo
€ 16,50 (in Italia)

EDIZIONI
INCONTROPIEDE

Copertina del libro “Il riscatto” di Alfredo Sebastiani (Edizioni inContropiede)
Pagine 200. Costo: 16,50 euro

timanale per il quotidiano Alto Adige. “Il riscatto” è il suo primo libro.

Il progetto Edizioni inContropiede nasce in Riviera del Brenta (provincia di Venezia) nei primi giorni del 2014. Pubblica una decina di volumi l’anno di let-

teratura sportiva (romanzi, guide turistiche, saggi, biografie, antologie di articoli, raccolte di racconti). La vendita dei libri avviene principalmente online, attraverso il sito internet ufficiale www.incontropiede.it e tutti i principali stores online.

Prodotti chimici per calzature e pelli
Shoes and Leather care

Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari



ADESIVI A SOLVENTE: Artiglio-Specol
Rn 27 oro - Autofix - Eurokoll

ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea
Specoplast - Aquasintex



WILBRA sas di Fossati C. & C.
Via Einaudi 6 - 20033 DESIO (MI)
Tel. 0362 306128 - 306129 - Fax 0362 331270
www.wilbra.com - e-mail: info@wilbra.com

Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su
www.lovatoforniture.it

Futurplastic

lavorazione polietilene
sacchi con chiusura minigrip, vasto
assortimento in pronta consegna
sacchi per usi industriali
sacchi per raccolta rifiuti
bobine per macchine confezionatrici



Vicolo Basilicata 11 - 30030 Fossò (VE)
tel. 041 466048 fax. 041 4165856
info@futurplastic.com

LANZI
NASTRIFICIO

Tessiture di nastri
elastici e rigidi
per calzature, pelletteria
e abbigliamento

www.lanzinastrificio.com

Zona Industriale Fiumicello, 13
52037 Sansepolcro (AR) - ITALY
Tel: +39 0575 742211 Fax: +39 0575 736116
e-mail: lanzi@lanzinastrificio.com

BELLO. PRATICO. INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



PER INFORMAZIONI: WWW.LOVATOFORNITURE.IT



MAC SHOES S.r.l.

Unipersonale

Macchine, Accessori e Componenti per Calzature

- Alzi e allunghi per forme
- Cambriani in plastica, plantari, rinforzi e profilati
- Bastoncini tendiscarpa e sostegni tomaia
- Calzanti personalizzati e articoli per vetrine

via Fratelli Rosselli, 21
40013 Castel Maggiore - Bologna - Italy

Tel. +39 051 973744 - 051 975704 - Fax. 051 975284
Web: www.macshoes.it E-mail: info@macshoes.it



mercatino

Business Shoes declina ogni responsabilità per la veridicità o l'esattezza degli annunci pubblicati business.shoes@libero.it

Tomaificio zona Riviera del Brenta, cerca responsabile produzione. Tel. 345 8051296.

Calzaturificio di Vigonovo (Venezia) cerca personale con esperienza. Tel. 049 9831511.

Affittasi laboratorio mq. 100 con ufficio Sant'Angelo di Piove (Padova). Tel. 347 757503.

Vendo 2 trance, 3 banchi, 3 porta pelle, Renault Kangoo (anno 2008 - km 140.000). Per info: 339 5982322.

Cerco signora esperta per cucitura abbigliamento in pelle a domicilio. Tel. 366 5483017.

Azienda di pelletteria con sede a Padova ricerca personale specializzato nelle lavorazioni a banco e a macchina. Per informazioni contattare il numero 049 2139061.

Affitto ufficio indipendente mq. 35 in centro a Fosso' (Ve). Tel. 335 7079070.

Signora disponibile per lavori di pulizia negozi e uffici, zona Riviera del Brenta. Tel. 340 2911250.

Tranceria cerca tagliatori con esperienza zona Riviera del Brenta. Tel. 041 4196552.

Ditta disponibile nell'applicare strass e borchie termoadesive, campionature personalizzate. Tel. 335 7079070.

Ditta disponibile alla realizzazione di colori per il bordo vivo della pelle, per borse e calzature anche in tono colore a campione di pelame. Tel. 041 466334.

Compro rimanenze di produzione di para pagamento in contanti. Tel. 335 7079070.

Foderiamo bottoni e fibbie in pelle e tessuto. Tel. 041 466334.

Acquistiamo stock pellami. Tel. 348 5253999.



Macchina per applicare strass termoadesivi

In vendita esclusiva da FEDERICO LOVATO
tel. 041466334 lovatofed@virgilio.it



Smacchiatore LUXOR e TETRAL Plus per pelli, tessuti e vernici
www.lovatoforniture.it

the innovation company
LARPS GROUP

Adesivi per calzature e pelletterie

LARPS GROUP srl
Via Monte Pasubio, 196 - 36010 Zanè (VI) Italy
Tel. +39 0445 314050 - Fax +39 0445 314121
info@larps.it; www.larps.it



DEL BRENTA

VIA JULIA, 1/3
35010 PERAROLO DI VIGONZA (PD)
TEL. 049 8935666
WWW.DELBRENTA.COM
INFO@DELBRENTA.COM



Taglio Pelli MARRAFFA MARCO
Via Marzabotto, 69 - Tel. 041/4196552
LUGHETTO di CAMPAGNA LUPIA (VE)

AG
guadagnin

dal 1952

**ACCESSORI E COMPONENTI
PER L'INDUSTRIA
DELLA CALZATURA**

ANTONIO GUADAGNIN & FIGLIO S.r.l.
Via Bruno Buozzi, 22
31044 Montebelluna (Tv)
Tel. 0423/22453 Fax 0423/601954
E-mail: info@guadagninsrl.it

SPAZZOLATRICE PORTATILE



In vendita esclusiva
da Federico Lovato
tel. 041-466334
www.lovatoforniture.it



IL PACKAGING MADE IN ITALY



Le aziende Grafitex ed Argex si propongono come portatrici dei valori del Made in Italy, in un settore caratterizzato da concorrenza con paesi esteri dove è presente manodopera a basso costo.

Abbiamo scelto di rimanere a produrre in Italia. Mantenere salde le nostre radici con il territorio e continuare un percorso che nel corso di questi 30 anni ci ha portato a collaborare a fianco di alcuni tra i più importanti marchi della Moda mondiale.

Nel nostro settore, la concorrenza con i paesi esteri è uno scontro che si svolge quotidianamente, ma l'italianità dei nostri prodotti è sinonimo di gusto, qualità ed innovazione.

Grafitex vanta un'esperienza consolidata come produttore di sacchetti di tessuto protettivi, atti a contenere calzature, pelletteria, gioielli ed oggettistica d'argento.

Grazie alla determinazione e alla flessibilità abbiamo saputo interpretare il mercato seguendone le esigenze. Questa evoluzione costante ha portato 15 anni fa alla nascita di una nuova realtà aziendale.

Argex si occupa della produzione di scatole automontanti, astucci, cartelli vetrina, cartellini per abbigliamento, il tutto per svariati settori merceologici.

Abbiamo voluto inserire alla gamma dei nostri prodotti il packaging di carta, poiché molto spesso viaggia parallelamente a quello del tessuto, così da poter creare per ogni prodotto una linea coordinata nei due materiali.



DAVVERO COSÌ IMPORTANTE?

La realtà è che il packaging è la prima cosa che si presenta agli occhi del consumatore finale.

Un packaging ben progettato e studiato, può comportare il successo o il fallimento di un prodotto e può far diminuire o aumentare significativamente le vendite dello stesso.

**PROGETTAZIONE
E UFFICIO TECNICO SONO
IL NOSTRO PUNTO
DI FORZA.
LA CREAZIONE DEL
PACKAGING PASSA
ATTRAVERSO LA
REALIZZAZIONE DI
CAMPIONI IN TEMPO
REALE COSÌ DA DARE
UN'IDEA VERITIERA
DI COME SARÀ
IL PRODOTTO FINALE**



www.grafitex.it | www.argex.it



EURO
MINUTERIE SRL

Le minuterie che impreziosiscono

Eurominuterie srl

via Austria, 10/a

35127 Padova - Italia

tel. 049 8704170

fax 049 8704188

info@eurominuterie.com

www.eurominuterie.com