

MARZO APRILE 2017

magazine

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businesshoes.it



Alessandro Benetton: Philippe Model una realtà importante del Made in Italy



Custodiamo il segreto per tenerli in forma.

Guigi Carnevali s.a.s.



#### Made in Italy, nasce federazione da 88 miliardi di euro

Le imprese associate sono oltre 67mila, generano un fatturato di oltre 88 miliardi di euro e danno lavoro a oltre 580 mila lavoratori. E' nata Confindustria Moda che rappresenta l'eccellenza della manifattura italiana, aziende che ricoprono posizioni di leadership nei mercati internazionali e hanno registrato nel 2016 una quota percentuale di export del fatturato pari al 62%.

Confindustria Moda raggruppa le imprese associate a Smi e a Fiamp – che riunisce Aimpes (Associazione Italiana Manifatturieri Pellettieri e Succedanei), Aip (Associazione Italiana Pellicceria), Anfao, Assocalzaturifici e Federorafi (Federazione Nazionale Orafi Argentieri Gioiellieri Fabbricanti). Molto presto sarà formalizzata anche l'adesione di Unic, l'Unione Nazionale Industria Conciaria.

Confindustria Moda si è dotata di un sistema di governance che prevede l'alternanza alla presidenza tra Smi e Fiamp, con mandati biennali, e due direttori generali con deleghe specifiche: Gianfranco di Natale, attuale direttore generale di Smi e Astrid Galimberti, che ricopre lo stesso ruolo in Anfao.

"Oggi è una giornata storica per il Made in Italy - ha commentato Claudio Marenzi, presidente di Confindustria Moda -. Noi siamo l'eccellenza artigiana nell'immaginare, creare e far sognare i consumatori. Siamo anche uno dei settori trainanti del Pil italiano ed europeo, e ci prendiamo il posto che ci spetta in Italia e in Europa, continuando con più forza battaglie su temi come la lotta alla contraffazione, la distribuzione, i rapporti sindacali. Insieme rappresentiamo l'industria sinonimo di gusto, creatività. Siamo con orgoglio gli ambasciatori del Made in Italy".

"Confindustria Moda nasce con l'intento di dare una casa comune alle esigenze delle aziende associate alle diverse associazioni aderenti - ha commentato Cirillo Marcolin, vice presidente di Confindustria Moda -. Abbiamo ideato un'offerta diversificata di servizi con l'obiettivo di sostenere e promuovere il nostro Made in Italy, sinonimo intrinseco di qualità, di un sistema unico che racchiude una delle industrie cardine dell'economia italiana".

Nicola Brillo







N. 15 ANNO IV - Bimestrale marzo aprile 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.businesshoes.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. Nasce la federazione del Made in Italy

**6** ATLANTE. Brevi dal Mondo

PHILIPPE MODEL. Inaugura il nuovo showroom

**12** PAOLO GAMBATO. L'essenza di Philippe Model

PREMIO PANCHINA DOC. Successo dell'8. edizione

SCANNER DEL PIEDE. Portare la calzatura artigianale nel mondo

**24** STRA. Inaugurato il monumento della calzatura artigianale

**28** CALZOLAIO. Un lavoro tutto da riscoprire

GARNEVALE VENEZIA. L'arte dei maestri Calegheri

**32** AUSTRALIA. Vola grazie al libero scambio

42 INCONTROPIEDE. Vi porta alla scoperta di Lisbona e Zagabria

44 MERCATINO. Tutte le occasioni



Seguiteci anche sul nostro sito internet www.businesshoes.it









I ricavi 2016 delle top players italiane quotate a Piazza Affari nel settore moda presentano un andamento complessivamente positivo, ma decisamente più contenuto rispetto al passato. Le vendite hanno risentito soprattutto del calo dei flussi turistici, mentre l'impatto cambi appare meno rilevante. Crescono a doppia cifra i fatturati di Moncler (+18%) e Cucinelli (+10%) e a singola cifra quelli di Geox (+3%), Aeffe (+5%) e Luxottica (+2%). Qualche difficoltà invece per Ferragamo (-3%), Tod's (-4%) e Safilo (-1%). La ripartizione geografica dei ricavi dei principali player nazionali attivi nel comparto moda e lusso evidenzia una crescita più contenuta rispetto al passato, con un impatto cambi meno significativo rispetto agli anni precedenti. Nell'esercizio gli aumenti sono prevalentemente compresi nel range tra il 2-5 per cento, ad eccezione di Moncler (+18%) e Cucinelli (+10%), che riescono ad incrementare le vendite con una variazione a due cifre. A livello globale nel 2016 hanno riscontrato difficoltà Ferragamo (-3%), Safilo (-1%) e Tod's (-4%). Dall'analisi delle singole macro-aree, si rileva una buona tenuta delle vendite in Europa, nonostante l'impatto negativo dei minori flussi turistici, influenzati anche dagli attentati terroristici. Ricavi europei in crescita del 7% a cambi costanti per il colosso dell'occhialeria Luxottica.



#### PittaRosso continua a correre: crescono fatturato e punti vendita

Continua il processo di crescita di PittaRosso: l'azienda, che propone calzature e accessori per tutta la famiglia, ha chiuso il 2016 con fatturato di 345 milioni di euro (+25% rispetto all'anno precedente). Un risultato eccezionale, che va a coronare un quinquennio caratterizzato da un incremento del fatturato mediamente superiore al 20%. Merito della strategia intrapresa dall'azienda, che coniuga la completezza dell'offerta con una presenza importante dei più grandi marchi del settore e dei prodotti Made in Italy. Oltre al giro di affari con un segno positivo, anche il numero dei punti vendita continua ad aumentare. PittaRosso - che oggi conta circa 200 punti vendita in Italia, Francia, Croazia e Slovenia - ha, infatti, in programma l'inaugurazione di oltre 30 nuovi store tra Italia e Francia. "Le nuove aperture rispondono a due ordini di obiettivi - ha dichiarato Andrea Cipolloni, amministratore delegato di PittaRosso – da una parte intendiamo consolidare la nostra presenza in Italia, dove il potenziale di sviluppo è ancora altissimo, e dall'altra parte vogliamo portare avanti il processo di espansione in Europa avviato negli ultimi anni, in particolare in Francia". Ma non è tutto: PittaRosso ha recentemente siglato un accordo biennale con Ducati Corse, il prestigioso team di MotoGP. La partnership prevede che il marchio PittaRosso sia presente sulle tute e sulle moto dei due piloti del Team Ducati, Jorge Lorenzo e Andrea Dovizioso, e dei collaudatori Michele Pirro e Casey Stoner. "Ducati è un'azienda straordinaria, che rappresenta l'eccellenza italiana in tutto il mondo – ha spiegato Cipolloni – In tal senso identifica il partner perfetto per accompagnare il processo di internazionalizzazione di PittaRosso".



#### Il mercato del lusso in Russia in ripresa a +10%

Nonostante un anno difficile per il commercio, i brand di lusso stanno tornando alla ribalta nel mercato russo. Secondo il nuovo studio Luxury in Russia: the comeback, realizzato da Contactlab, specialista nel customer engagement e dalla società di investimento Exane BNP Paribas. Tuttavia, alcuni brand si comportano meglio di altri nell'adattare le proprie offerte al mercato russo - ad esempio, solo 4 brand propongono il servizio clienti in lingua russa. In questo momento il mercato del lusso in Russia è stimato in 3,5 miliardi di euro in seguito a una stimata tra il 5% e il 10% delle vendite rispetto all'anno precedente, rappresentando l'1,4% delle vendite di lusso mondiali. Tuttavia è da notare che i turisti russi sono estremamente importanti poiché rappresentano il 5% del mercato mondiale del lusso. Considerando che i consumatori russi spendono in media il 60% in più rispetto ai clienti del resto del mondo, Contactlab ha constatato con sorpresa come alcuni tra i principali brand di lusso stiano adottando degli approcci piuttosto deboli per raggiungere questi consumatori. Il team di specialisti di Contactlab ha analizzato 32 brand e li ha classificati secondo diversi parametri. Lo studio ha evidenziato la forza di Burberry, Louis Vuitton e Loro Piana nella digital customer experience. Questi brand si comportano bene per quanto riguarda i siti web in lingua locale, la selezione dei prodotti e le app mobile in lingua russa, e questi sono solo alcuni dei parametri presi in considerazione. L'indagine rivela che, incredibilmente, Dolce & Gabbana, Burberry e Swatch sono gli unici brand internazionali che ingaggiano i clienti russi sulle piattaforme di social media come Twitter e VK (il social network più popolare in Russia). Probabilmente l'area di crescita potenziale più ampia per i brand di lusso in Russia è l'e-commerce. Il tasso di penetrazione di questo canale in Russia (considerato come percentuale delle vendite al dettaglio totali) non tiene il passo con altri mercati internazionali – la penetrazione mondiale nel 2015 era del 7% mentre in Russia raggiungeva solo il 2,5%.





Un sofisticato intreccio di allure parigina e alta artigianalità italiana definisce l'essenza della sneaker Philippe Model. Radicata in un'estetica contemporanea, non convenzionale, dall'eleganza easy-chic, la Maison reinterpreta gli sfaccettati stimoli della cultura urbana attraverso le collezioni uomo, donna e bambino realizzate nel distretto manifatturiero di Riviera del Brenta, un'area non lontana da Venezia che si è distinta nel mondo per gli elevati standard qualitativi nel settore della calzatura. Un connubio di esperienza e design, bellezza e sperimentazione rendono unico ogni modello, come lo scudetto cucito a mano segno distintivo di qualità e lusso sartoriale.

Acquisito nel luglio 2016 da 21 Investimenti, fondo di private equity europeo fondato e guidato da Alessandro Benetton, Philippe Model ha intrapreso un ambizioso piano di sviluppo e internazionalizzazione a partire dall'opening del primo monobrand store nel cuore di Milano (via Sant'Andrea 17) e l'inaugurazione del nuovo showroom direzionale di via Bigli 21. "La duplice inaugurazione nel quadrilatero della moda del nuovo showroom e del nostro primo flagship è solamente il passo iniziale di un ambizioso piano di crescita che ha come obiettivo



## PHILIPPE MODEL IN SHOWROOM EIL PRIMO

quello di affermare il marchio Philippe Model come un'icona nel suo segmento", ha commentato Alessandro Benetton, fondatore di 21 Investimenti, sottolineando l'importanza di questo investimento nella strategia di sviluppo del brand.

Con l'obiettivo di costruire un'immagine coerente e articolata per il marchio, Philippe Model ha incaricato l'architetto Marco Costanzi della progettazione sia dello showroom che





#### NAUGURA IL NUOVO MONOMARCA A MILANO

di Diego Mazzetto

del flagship. Un elegante palazzo milanese affacciato sulla prestigiosa via Bigli ospita il nuovo showroom che si snoda in quattro sale espositive su una superficie complessiva di 500 mq. L'animo francese del marchio

si rivela nella scelta della pavimentazione in parquet con posa a spina di pesce e nella boiserie dipinta a mano da Philippe Model usando le sue tipiche tonalità di grigio e blu, un tributo ai colori e alle sfumature della città di Parigi. Lo spirito moderno e votato al design caratteristico della città di Milano si insinua nell'*Icon Room*, il cuore dello showroom, in cui alcuni modelli iconici del marchio sono esposti in cubi di vetro illuminati dall'interno creando un senso di sospensione tridimensionale. Un pavimento in ottone specchiato esalta i riflessi di luce con un effetto avvolgente.

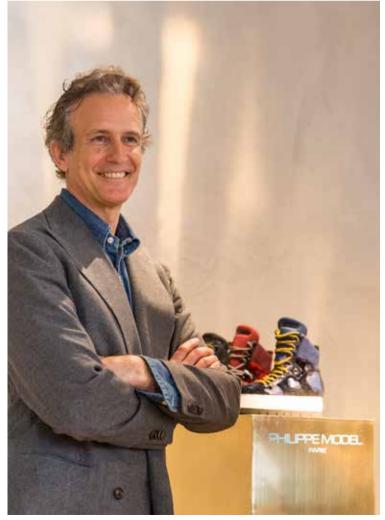
Lo stesso connubio di classicismo e innovazione caratterizza il flagship situato in posizione strategica su via Sant'Andrea. Lo stesso pavimento in parquet e la stessa boiserie dipinta a mano creano un senso di sofisticata eleganza accentuata dall'intrigante contrasto con le pareti in malta, i geometrici display in ottone e ferro e un ipertecnologico "magic mirror", in grado di offrire un'esperienza interattiva ai clienti che interagendo con lo specchio potranno esplorare l'intera offerta di Philippe Model. L'effetto di sospensione dei modelli iconici dell'"Iconic Room" è riproposto anche nel negozio tramite un grande display in cristallo su cui poggiano le sneaker delle collezioni uomo e donna.

Con un fatturato *retail* che ha raggiunto i 100 milioni di euro, Philippe Model opera con showroom a Milano e Parigi ed è presente con le proprie colle-





zioni nei migliori multimarca di tutto il mondo. "Sono orgoglioso di poter contribuire allo sviluppo di una realtà che ha saputo affermarsi in un settore trainante del Made in Italy", ha affermato Alessandro Benetton dopo l'acquisizione. "Dall'utilizzo e la lavorazione di materie prime del territorio alla salvaguardia del patrimonio della piccola produzione, il brand ha saputo affermarsi nel segmento delle sneaker di lusso attraverso un prodotto straordinariamente autentico e non convenzionale. Fatto con cura in Italia. Philippe Model ci ha convinto per la forte attenzione al prodotto, ai materiali e al design che la contraddistingue e rappresenta un esempio tipico del savoir faire italiano, che servendosi delle competenze locali conquista i mercati mondiali grazie a prodotti di indiscutibile qualità e dalle linee eleganti".





#### PAOLO GAMBATO: L'*ESSENZA* DI PHILIPPE MODEL HA ORIGINI IN RIVIERA DEL BRENTA



Si è misurato su un settore molto battuto – quello delle sneaker - riuscendo a rimanere fedele alle origini francesi del marchio, senza tradire le sue (quelle del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta). E ha vinto la sfida. Paolo Gambato il designer che dal 2008 è alla direzione artistica di Philippe Model, ci racconta il segreto del suo successo.

"Philippe Model ha introdotto un nuovo concetto di sport-luxe applicato al mondo delle sneaker, inserendo materiali di alta gamma che fino a quel momento erano riservati a prodotti esclusivi o per occasioni d'uso speciali. Le collezioni uomo donna e bambino sono espressione di una cultura urbana autentica e non convenzionale che combina l'identità francese alla tradizione artigianale di Venezia. Esperienza e design, bellezza e sperimentazione rendono unico ogni modello. Il tutto fatto con cura in Italia".

La storia professionale di Paolo Gam-

bato è molto simile a quella di tanti ragazzi che sono nati in un territorio a forte vocazione calzaturiera, come da lungo tempo è la Riviera del Brenta

"In famiglia tutti avevano conseguito una laurea e svolgevano attività più 'tradizionali', mentre io insistevo per fare scarpe. Durante le vacanze estive, mentre frequentavo le scuole dell'obbligo, andavo nelle fabbriche della zona ad imparare le tecniche per produrre le calzature. Ricordo sempre quando mia madre mi domandava: Quando ti troverai un vero lavoro? Ero particolarmente affascinato anche dal settore moda e dall'origine dei materiali. A diciassette anni sceglievo personalmente i tessuti in negozio e mi facevo confezionare abiti che rivendevo dopo l'utilizzo. Come nascono le mie idee? Spesso di notte, il momento che preferisco, perché oltre al silenzio che favorisce la concentrazione ci sono tutte quelle componenti che mi consentono di lavorare tranquillo e rilassato, senza nessun fattore esterno che possa creare condizionamenti".

#### Perché l'ispirazione a Parigi?

"Questa città mi ha affascinato fin dall'inizio della mia carriera perché già allora rappresentava una scuola di pensiero e una straordinaria fonte di creatività. Poi fu illuminante l'incontro con lo stilista francese Philippe Model, avvenuto alcuni anni fa proprio nella Riviera del Brenta. Mi piaceva quel nome e l'immagine che aveva costruito così gli chiesi di poter usare in licenza il marchio per le calzature sneaker che avevo in mente. Lo scudetto di Parigi, cucito a mano su ogni scarpa, segno distintivo di qualità e lusso sartoriale, è un riconoscimento che ho voluto dare alla città e alla moda francese".

#### Cosa rappresenta nella sua essenza la calzatura Philippe Model per Paolo Gambato?

Quando immagino le mie scarpe nei vari materiali e nelle loro forme, mi piace pensare che possano essere in gra-





Il modello Paradis "Tropical Birds" lanciato per la collezione uomo e donna Spring Summer 2017

do di esprimere e trasmettere, a chi le indosserà, una forma di allegria e di spensieratezza attraverso i vari colori. Ogni modello è frutto dell'istinto e di contenuti non convenzionali. Alla libertà in fase di creazione corrisponde un'accurata analisi sul singolo prodotto che deve rispondere a precisi parametri. Il fussbett rialzato e la suola costruita a mano sono solo alcune delle accortezze stilistiche e delle innovazioni tecnologiche che attribuiscono alla calzatura un taglio su misura garantendone le migliori performance".

#### Come saranno le Philippe Model del domani?

"Sto concentrando le mie energie nella creazione di prodotti altamente ricercati che non siano ancorati alla sfera del quotidiano. Per farlo, sto amplificando i volumi e i contenuti della ricerca mantenendo integri i valori e i processi che contraddistinguono da sempre le calzature Philippe Model. Le materie prime non saranno mai industrializzate all'estremo ma curate manualmente dagli artigiani della Riviera del Brenta. Non bisogna dimenticare che esiste una piccola e preziosa produzione locale ricca di passione e professionalità da tutelare e salvaguardare". (D.M.)







Progettazione Logistica • Logistica in Ingresso Gestione WMS • Logistica in Uscita Distribuzione • E-Service • Servizi di Segreteria Trasporti e Spedizioni • Servizi Intrastat

SPEEDLOGISTIK s.r.l.
30030 Fossò (VE) ITALY Viale dell'Industria, 2
Tel. +39 041 5170260 Fax +39 041 5170257
www.speedlogistik.com info@speedlogistik.com







#### GRANDE SUCCESSO A VILLA CA' ZANE MARTIN PER 8. EDIZIONE DEL PREMIO PANCHINA DOC



E' stata una festa di sport, ma soprattutto di solidarietà e valori veri quella legata al Premio Panchina Doc del Triveneto che si è svolta lo scorso 20 marzo nella prestigiosa cornice di villa Ca' Zane Martin di Sambruson di Dolo.

Realizzato e promosso dalla rivista "Business Shoes", il premio valorizza ormai da ben otto anni i protagonisti dello sport Triveneto. La finalità della manifestazione ha inoltre uno scopo benefico e i fondi raccolti attraverso la vendita di maglie, palloni e gadget firmati dai campioni sportivi che sostengono l'iniziativa, da questa edizione sono interamente

devoluti all'Associazione "Gioco e Benessere in Pediatria Onlus" di Padova, presieduta dal dottor Carlo Moretti, che si occupa di aiutare i bambini in ospedale a superare la paura della malattia e lo stress del ricovero.

Tanti i campioni premiati nelle scorse edizioni. Tra i nomi più noti ricordiamo: Dino Baggio, Albertino Bigon, Domenico di Carlo, Gianni De Biasi, Luciano Favero, Daniele Gastaldello, Andrea Lucchetta, Andrea Mandorlini, Carlo Recalcati, Nevio Scala, Vittorio Scantamburlo, Beatrice "Bebe" Vio, Dorina Vaccaroni.

Magistralmente presentata dal

giornalista Stefano Edel, la serata ha avuto inizio con la premiazione di Franco Da Rin, protagonista per anni nella disciplina sportiva del "bob su strada" con il quale ha maturato importanti successi nelle competizioni internazionali.

Per il Premio Panchina Doc "Fair Play", la giuria ha scelto Alessandro Coletto, dirigente della società calcistica FCD Dolo 1909, distintosi per una coraggiosa iniziativa nei confronti di un tifoso razzista che durante l'incontro con il Vedelago ha insultato un ragazzo di origini africane della squadra ospite. Senza indugio Coletto ha preso le difese del gio-





Rolando Maran e il dr. Carlo Moretti

catore zittendo in maniera decisa il tifoso razzista. Nel calcio italiano non era mai accaduto prima. Dopo essere apparsa sui giornali nazionali, la notizia dell'accaduto è giunta anche al Ministro della Giustizia Andrea Orlando che ha voluto chiamare personalmente al telefono Alessandro Coletto per complimentarsi per il suo comportamento esemplare.

Davide Mazzanti, neopromosso allenatore della Nazionale Femminile di Volley, ha ritirato il Premio per i successi maturati con la Imoco Volley di Conegliano e in particolare per la vittoria del Campionato Italiano 2015/16 e la Supercoppa Italiana.

All'atleta della squadra Nazionale Italiana di Triathlon per disabili (Paratriathlon) Michele Ferrarin è stato consegnato il Premio Panchina Doc per la sua strepitosa carriera e in particolare per l'argento conquistato alle Paralimpiadi di Rio de Janeiro.

A seguire è stato premiato Joe McDonnell, allenatore della squadra di rugby Rovigo Delta con la quale ha vinto lo Scudetto del Campionato Italiano 2016. Il tecnico di origini neozelandesi ha stupito ed entusiasmato i quasi 170 presenti esibendosi nella "Haka": la tipica danza Maori di guerra che precede le partite dei campionissimi dell'emisfero australe.

La serata è poi proseguita con la premiazione di Fernando Badon, allenatore della squadra di calcio del carcere due Palazzi di Padova, la "Pallapiede" e il racconto delle difficoltà legate alle varie situazioni presenti all'interno di una casa di reclusione.

Un momento di commozione è sceso tra il pubblico quando è stato chiamato per un riconoscimento il rugbista francese del Mogliano Aristide Barraud, che ha raccontato alcuni istanti della strage di Parigi del 2015 quando rimase ferito gravemente sotto i colpi dei terroristi.

Non poteva mancare, anche per questa edizione, la premiazione di un giornalista sportivo. Ed ecco Giorgio Porrà di Sky Sport, personaggio tra i più apprezzati per il suo modo pacato di raccontare gli eventi sportivi tra ironia





Il momento della premiazione di Aristide Barraud

e realtà.

Rolando Maran, allenatore della squadra calcistica di serie A del Chievo ha chiuso la manifestazione tra gli applausi dichiarando: "Oggi è difficile essere un allenatore bandiera: si viene subito messi in discussione e non ti permettono di fare progetti a lungo termine. Peccato perché in Italia ci sono tanti allenatori bravi a costruire, ma senza il necessario tempo disponibile per ottenere anche i risultati".

Nel corso della serata è stato inoltre assegnato a Greta Semenzato il "Premio Grafico" nato grazie alla collaborazione con il liceo artistico Michelangelo Guggenheim di Venezia che realizza, attraverso la bravura e la fantasia degli allievi, anche le preziose sfere consegnate ai vincitori del Premio Panchina Doc del Triveneto.



Fernando Badon premiato da Federico Lovato









#### UNO SCANNER DEL PIEDE PER PORTARE LA CALZATURA ARTIGIANALE NEL MONDO

Parte da un'idea del veneziano Simone Segalin la rete di calzolai che sfrutta la tecnologia tridimensionale per creare scarpe su misura e Made in Italy

Riuscire a servire un mercato lontano anche decine di migliaia di chilometri senza muoversi dal proprio laboratorio artigianale di calzolai. Nasce a Venezia il progetto ideato da Simone Segalin, terza generazione di "calegheri", per esportare il Made in Italy calzaturiero nel mondo. Il tutto grazie ad uno speciale scanner tridimensionale per il piede.

L'operazione è molto semplice. Si posiziona il piede all'interno dello scanner, si attivano le 8 camere laser che lo scansionano al millimetro e in 4 secondi viene realizzata una riproduzione digitale del piede. Su questo progetto l'artigiano lavorerà in base ai gusti del cliente per produrre il modello prescelto.

L'idea è di portare gli scanner in giro per il mondo, nelle boutique delle più importanti città. Così un giapponese o americano potrà scansionare il proprio piede. La forma digitale viene così inviata in tempo reale al laboratorio artigianale di Segalin con l'indicazione del modello scelto. Pochi giorni di lavoro con i migliori pellami e la scarpa completamente Made in Italy è pronta per essere consegnata via corriere all'acquirente. Si tratta di calzature con un prezzo di mercato che può variare da 1000 a 2000 euro al dettaglio.

"E' un progetto ambizioso, cui sto lavorando da tempo – spiega a *Business Shoes* il "calegher"



Simone Segalin, che prosegue la tradizione di famiglia iniziata nel 1930 -. Con i file che ci vengono inviati siamo pronti a realizzare scarpe da uomo e da donna completamente artigianali e su misura. Siamo attivi con questo servizio nel nostro negozio-

laboratorio di Mestre e presto lo porteremo anche a Venezia, nel nuovo punto vendita aperto da poco con il socio Adriano Massimo in zona Mercato-Rialto".

L'obiettivo principale ora è raccogliere fondi per acquistare nuovi scanner da inviare a un





Il processo produttivo di Italian Cobblers: dall'utilizzo dello scanner alla creazione di una copia digitale del piede. Quindi l'invio dei dati al laboratorio artigianale in Italia, che realizza le calzature su misura e le spedisce al cliente

ristretto numero di boutique nel mondo e si cercano partner finanziari del progetto. La rete di artigiani che realizzerà le scarpe è già attiva (e ne unisce otto con una lunga tradizione nel Nord Italia), ma servono finanziamenti di persone che credano al progetto. Con la collaborazione della Confartigianato Veneto stanno anche lavorando alla partecipazione di bandi per accedere a fondi.

Intanto Simone continua a lavorare al progetto nel negozio di Mestre, dove ha sede uno dei laboratori artigianali di calzature più antichi d'Italia. Il "calegher" Antonio Segalin aprì infatti l'azienda attorno al 1930, poi il testimone è passato a Sergio. La famiglia Segalin ha prodotto le scarpe per i volti noti del cinema mondiale e non solo. Da Isabelle Huppert nel periodo in cui

stava girando un film a Venezia con Laurence Olivier, a Marcello Mastroianni nel tempo in cui recitava "Le ultime Lune" presso il teatro Goldoni, Richard Chamberlain (Uccelli di Rovo), Rita Wilson (moglie di Tom Hanks), Clara e Susanna Agnelli. Fino a Papa Giovanni Paolo II, che ricevette nel 2001 da Sergio Segalin due paia di morbide calzature in camoscio di cui una rivestita con merletto di Burano. Ed ora tocca a Simone, che sta affrontando la sfida più difficile: proporre sul mercato internazionale scarpe di grande valore artigiano realizzate completamente in Italia.

Dal suo ingresso in laboratorio Simone si distingue per i suoi prodotti freschi ed innovativi tanto da per mettergli di vincere il primo premio per calzature da Donna nella categoria Lusso nel 2005 a Desenzano del Garda. Altra competizione internazionale nel 2007 a Wiesbaden (Germania), dove nonostante la giovane età, vince una medaglia d'oro per le calzature da uomo nella categoria lusso e due bronzi nella categoria Uomo e Donna Lusso.

Ora però vuole giocare in rete. Italian Cobblers (in italiano: calzolai italiani) è l'innovativa rete di calzolai di Veneto e Lombardia, sorta attorno al Foot-scanner, tecnologia che permette la realizzazione a distanza di calzature su misura. "Italian Cobblers – spiegano Simone Segalin e Paride Geroli - è un progetto unico sia nella forma societaria che nella mission, grazie alla collaborazione di Confartigianato Veneto".

La rete nasce per rispondere alle esigenze di una clientela che ricerca un prodotto raffinato e di



qualità. Una rete di piccole imprese artigiane esclusivamente italiane che intende presentarsi nei mercati internazionali per produrre articoli unici e con materiali accuratamente scelti e lavorati dai migliori artigiani presenti sul suolo nazionale.

"Ma soprattutto rispondiamo ad una esigenza oggi non soddisfatta: accedere, anche da molto lontano, ad un prodotto unico, esclusivo e raffinato come solo una rete di piccole imprese esclusivamente Italiane può garantire grazie a materiali accuratamente scelti e lavorati dai migliori artigiani presenti sul suolo nazionale – sottolineano i fondatori -. In qualsiasi parte del mondo un cliente si trovi è possibile entrare in uno dei nostri corner



provvisto di questo dispositivo, farsi scansionare i piedi e ricevere, dopo un breve periodo, una calzatura su misura e corredata da un DVD dove osservare le varie fasi lavorative del prodotto. E' prevista anche l'assistenza durante tutta la vita della scarpa provvedendo, in caso di richiesta, alla loro pulitura, sistemazione o riparazione".

Grazie alla partecipazione e alla sinergia di tanti piccoli artigiani si ottiene anche un altro importante risultato: produrre una quantità di calzature che ogni maestro artigiano non riuscirebbe a produrre singolarmente, mantenendo comunque una qualità del prodotto eccellente ed eseguito secondo i dettami delle tradizioni più antiche.

Le rete di imprese partecipa al progetto "100% Made in Italy", che nasce per difendere la cultura ed il lavoro italiano. Il logo "100% Made in Italy" rappresenta la Legge 166/2009 Art.







Simone Segalin con Alberto Modolin e il socio Adriano Massimo all'inaugurazione del punto vendita a Rialto. A destra lo scanner

16, che recita al comma 1: "Si intende realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce classificabile come Made in Italy ai sensi della normativa vigente, e per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano".

L'obiettivo è tutelare la vera qualità italiana sul mercato nazionale e mondiale, perché il prodotto realizzato a regola d'arte abbia spazio e visibilità. Tra i manufatti dell'abbigliamento - abito, camicia, calzatura - la costruzione di una scarpa è quella che esige il maggior numero di ore di lavorazione: circa trentatré contro le nove impiegate per una camicia. E' stato calcolato che sono circa duecento le operazioni che si compiono dal momento in cui si scelgono le pelli a quello in cui, accuratamente avvolte in un foglio di carta, le scarpe vengono deposte in una scatola.

Nicola Brillo





#### **FASHION WALL**

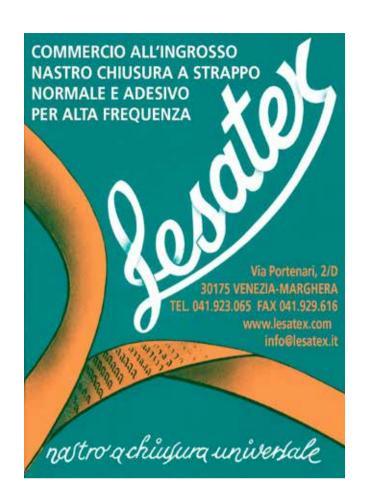
www.fashionwall.it

cell. 3498353163

info@fashionwall.it

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









#### INAUGURATO A STRA IL MONUMENTO ALLA CULTURA CALZATURIERA DELLA RIVIERA

"La storia di Stra è saldamente legata al mondo della calzatura". Con queste parole Caterina Cacciavillani, sindaco del Comune di Strà, ha inaugurato lo scorso 23 aprile il monumento alla cultura calzaturiera della Riviera del Brenta.

Realizzato in bronzo, il monumento è composto da cinque utensili tradizionali usati nei tempi passati per la produzione delle calzature: la lissa, il brunitore, il punteruolo, il martello, e il treppiede (macaco). Le fattezze del monumento sono ispirate a un bozzetto di Stefano Baschierato, noto scultore della Saccisica, che in passato ha operato soprattutto tra le provincie di Padova e Venezia. L'opera originale, in pietra di Custoza, fu scolpita da Baschierato nel 1981 per l'imprenditore e già presidente dei calzaturieri della Riviera del Brenta Angelo Gobbo, in memoria del padre Pietro.

Angelo Gobbo, insieme ad altri amici che lo hanno sostenuto, ha voluto condividere con la popolazione di Stra – e più diffusamente con tutta la Riviera

del Brenta – il bel simbolo che nel suo insieme raccoglie gli antichi strumenti di lavoro che perpetuano la centenaria tradizione del *fatto a mano* che si sviluppò ben prima dell'avvento dell'elettricità e delle macchine.

L'inaugurazione del monumento, che si trova in Piazza Marconi

a Strà, è stata organizzata tenendo conto delle ricorrenze dei santi patroni dei calzaturieri, San Crispino e Crispiniano che sono solennizzati il 25 ottobre. Oltre a questi due santi, si è voluto unire anche la figura di

Sant'Aniano d'Alessandria, festeggiato il 25 aprile. Sant'Aniano è considerato patrono dei calzolai e a Venezia, presso la Scuola dei Calegheri (termine veneziano dei calzolai), fondata nel 1278, nella lunetta ogivale del portale si può notare un bassorilievo che rappresenta San Marco che guarisce Sant'Aniano: preziosa

opera dello scultore quattrocentesco Pietro Lombardo.

Narra la leggenda che l'Evangelista Marco, dopo il suo viaggio nella Cirenaica, giunse ad Alessandria in Egitto; qui fu costretto a cercare un

> calzolaio perché uno dei suoi sandali si era rotto. Si recò quindi nella bottega di Aniano il quale, mentre era intento nelle riparazioni, si punse la mano con l'ago da lavoro. Il calzolaio, in preda al dolore, proruppe allora nel grido Heis ho Theos (Dio è uno). Colpito dalla sua fede, Marco gli predicò il Vangelo, guarendogli nel frattempo miracolosamente la ferita.

> Durante la presentazione del monumento, il sindaco Cacciavillani ha ricordato come all'indomani della fine della Seconda Guerra Mondiale il Comune di Strà, coraggiosamente, si fosse fatto promotore di una grande Mostra della Calzatura in villa Pisani che riscosse un vasto successo. "Da quei momenti densi di laboriosità e desiderio di ri-

nascita economica – ha poi concluso il sindaco – sono nate le fabbriche che hanno garantito posti di lavoro e migliori condizioni di vita per numerose famiglie di tutto il territorio. Questo è dunque un monumento al lavoro che conferisce dignità e garantisce sviluppo, non solo economico, ma anche sociale".

Diego Mazzetto

#### 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

















#### Calzolaio, un lavoro tutto da riscoprire Il lustrascarpe non vuole finire in un museo

Il mestiere del lustrascarpe non è pronto per finire in un museo dell'artigianato o per restare ancorato al neorealismo cinematografico degli anni '50. Se gli sciucià napoletani sono un ricordo che si perde nel tempo, il lustrascarpe sta vivendo una seconda giovinezza, fatta di formazione professionale, innovazione imprenditoriale e riscoperta del mercato della riparazione. I numeri parlano chiaro, il settore della riparazione dà lavoro a più di 145mila imprese oltre 290mila lavoratori. Ogni anno, in media, una famiglia italiana spende 370 euro per riparazioni e manutenzione di beni.

Una riscoperta della cultura delle cose belle e di qualità che ha permesso di rivalorizzare tanti mestieri che si pensavano ormai in via di estinzione. Uno di questi è senza dubbio il calzolaio, il vecchio lustrascarpe. Un mestiere che il Sistema Confartigianato sta tutelando e valorizzando, dal Veneto alla Sicilia, passando per l'Emilia Romagna. Se ormai da anni l'associazione veneta Calzolai 2.0 sta tracciando la rotta del futuro di questo antico mestiere, il recente bando di Confartigianato Palermo per 15 posti da lustrascarpe ha riempito le pagine dei giornali e dei telegiornali di tutta Italia. A Imola, invece, lavora Angelo Gregorio, un artigiano che tiene vivo un mestiere ricco di tradizione. In guanti bianchi e farfallino, Gregorio è testimone della riscoperta del lustrascarpe da parte di tanti italiani. "Nel 2005 ho fatto il passaggio generazionale dell'attività trentennale di mio padre. Per promuovere questo ricambio ho organizzato un evento nella mia città,



nel centro storico di Imola – spiega Angelo Gregorio –. Per sei domeniche consecutive ho lustrato le scarpe alle persone che si trovavano in piazza, a bere il caffè, a fare una passeggiata o la tradizionale chiacchierata. Ho notato in queste persone una grandissima curiosità, un sentimento misto tra la nostalgia e lo stupore per una figura che molti non avevano più visto dal dopoguerra, dal film Sciucià".

La crisi ha spinto i consumi verso la riparazione, il recupero e la manutenzione, con benefici notevoli anche per l'ambiente, oltre che per le tasche degli italiani. "Riparare è meglio che comprare" sembra essere il moto degli ultimi anni. A beneficiarne, per fortuna, sono le migliaia

di imprese artigiane attive nel settore, che hanno visto crescere il fatturato e i guadagni.

"La storia del nostro associato è un ottimo esempio di come un mestiere, che ritenevamo superato dal tempo e dalla storia, possa essere attuale e diventare un'importante occasione di promozione e di valorizzazione del bello e della creatività artigiana - sottolinea Amilcare Renzi, segretario di Assimprese Confartigianato Bologna metropolitana – Riscoprire mestieri di un tempo, rivalorizzati in chiave moderna, può essere quell'ottima occasione di promozione del fare artigiano, della cultura del bello e della dimostrazione al mondo intero della fantasia e della creatività del nostro Paese".







#### L'ARTE DEI MAESTRI CALEGHERI PROTAGONISTA AL CARNEVALE DI VENEZIA

Il Politecnico Calzaturiero ha "aperto" la sua Bottega artigiana nella grande officina dei mestieri in Piazza San Marco organizzata in occasione del Carnevale 2017 di Venezia. La scuola, con i suoi maestri artigiani e con gli allievi, ha animato le giornate riportando i visitatori al tempo dei Calegheri veneziani. Per l'occasione è stato ricreato un laboratorio artigianale per la produzione di scarpe di lusso fatte a mano.

Le calzature artigianali di lusso rappresentano infatti un'esperienza fatta di scelte personali, finalizzate alla realizzazione di un oggetto unico con cui provare piacevoli sensazioni di relax, libertà ed indipendenza. Le calzature sono fatte a mano e su misura da bravi artigiani e presentano dettagli che fanno la differenza, cuciture perfette, lavorazioni raffinate, materiali pregiati e naturalmente bellezza estetica.

Per realizzare una scarpa personalizzata si inizia con la misura del piede, si va poi a realizzare il primo prototipo per la messa a punto della forma, la scelta del modello, dei materiali, delle costruzioni e delle lavorazioni.

In particolare, le costruzioni che definiscono le modalità di assemblaggio della tomaia con la suola, rappresentano una delle differenze più importanti rispetto alle produzioni industriali e consentono di provare sensazioni di comfort diverse ed in armonia con le stagioni.

Accanto all'arte dell'handmade, il Politecnico Calzaturiero mette in funzione macchinari tecnologici tra cui la stampante 3D. I visitatori hanno potuto così conoscere, la realtà del Politecnico Calzaturiero, una scuola unica a livello internazionale per professionalità, tradizione e innovazione che caratterizzazioni i diversi percorsi formativi per il settore calzature di alta moda lusso.









Il Politecnico Calzaturiero era presente con i suoi maestri artigiani e con i suoi brillanti allievi, grazie anche alla collaborazione del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta e Confindustria Venezia. Tutti i giorni, dalle ore 14.30 alle 16.30, il Maestro Ettore Crosato si è cimentato nella produzione di calzature di lusso fatte a mano. Tutti i giorni, dalle ore 11.00 alle 17.00 sono entrate in funzione le macchine di produzione 3D.

Durante le giornate del carnevale veneziano sono state presentate numerose iniziative tra cui "Scatta e Vinci" per scoprire i luoghi di Venezia legati alla storia dell'arte calzaturiera. I concorrenti sono stati invitati a ritirare la mappa ove sono indicati i luoghi storici, scattare una foto ad almeno tre di essi

e presentarsi alla Bottega dei Calegheri. Poi spazio a "Hashtag e Vinci", per fotografare le proprie scarpe nel contesto carnevalesco e pubblicarle su Instagram aggiungendo #PoliCarnival. Alle ore 16 di ogni giorno, l'autore della foto che ha raggiunto il maggior numero di like ha ricevuto un gadget firmato Politecnico.

Il concorso "Calza e Vinci" era dedicato alla scoperta di Cenerentola: le fortunate che si recavano alla Bottega dei Calegheri e sono riuscite a calzare la scarpa confezionata da Mastro Riviera hanno ricevuto un regalo fatto a mano. Ed infine il "piede digitale", con la dimostrazione di come creare un modello del proprio piede tramite delle foto con lo smartphone. Per risparmiare tempo e acquistare poi online.





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



# Australia vola grazie al libero scambio

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



L'economia australiana è storicamente caratterizzata da un ottimo livello di solidità che la rende una delle principali economie al mondo. Il principale fattore di cui beneficia l'economia australiana è la sua posizione geografica, che le consente di trarre grandi benefici da una crescente integrazione con le principali potenze economiche asiatiche e in particolare con Cina, Giappone e Corea del Sud, con cui l'Australia ha firmato trattati di libero scambio.

L'Australia è uno dei firmatari del grande accordo regionale Transpacific Partnership (TPP), che promuove la regolamentazione di vari aspetti economici (dagli investimenti al diritto d'autore) e gli investimenti regionali da parte di alcuni Paesi su entrambe le sponde del pacifico, tra cui Australia, Brunei, Canada, Cile, Giappone, Malesia, Messico, Nuova Zelanda,

Perù, Singapore, Vietnam e Stati Uniti (che hanno tuttavia scelto di ritirarsi dall'accordo nel gennaio 2017 in seguito all'insediamento del nuovo presidente).

In tema di relazioni internazionali va considerato anche che recentemente l'Australia ha stipulato un accordo quadro con l'Unione Europea, essenziale per arrivare alla definizione di un accordo di libero scambio (Free Trade Agreement - FTA), e che sono in fase avanzata di negoziazione una serie di accordi con i Paesi del Golfo Persico per arrivare alla creazione di una nuova area commerciale priva di dazi doganali.

Ma la forza dell'economia australiana va cercata in vari fattori: oltre alla posizione strategica in cui si trova l'Australia e alla capacità dei suoi governi di perseguire e firmare una serie di accordi politici e commerciali con i principali attori economici dell'area e del mondo, vanno considerati anche la ricchezza di risorse minerali e di materie prime, la presenza di un'industria moderna e di infrastrutture all'altezza del livello economico del Paese.

Nel complesso l'economia australiana gode di ottima salute, come confermato dall'aumento del Pil nel tempo, dalla bassa disoccupazione, dalla bassa inflazione, da un costo del denaro contenuto. dall'elevato volume degli investimenti esteri e dall'attività commerciale intensa. Chiaramente non tutti gli aspetti macroeconomici sono estremamente positivi e l'economia presenta alcuni fattori di debolezza che nei prossimi anni le autorità dovranno attenuare o eliminare mettendo in atto le opportune politiche correttive, ma l'economia parte già da una condizione di stabilità che rende im-



probabili crolli improvvisi.

Il Pil australiano ha mantenuto un livello di crescita sostanzialmente stabile nel corso degli ultimi anni, con un aumento massimo del 3,3% nel 2012 e un incremento minimo del 2,4% nel 2013. Negli anni dal 2014 al 2016 in media il Pil è cresciuto del 2,6%, mentre si prevede un aumento del 2,4% per il 2017 e del 3% annuo per il periodo 2018-2019 secondo il governo australiano. La crescita del 2016 (ultimo dato ufficiale disponibile) è stata trainata soprattutto dall'ottimo andamento del settore dei servizi, dagli investimenti pubblici nel settore delle infrastrutture e della difesa, dai consumi privati, dal settore delle costruzioni e dalla recente ripresa delle esportazioni del comparto minerario. A testimoniare la forza dell'economia australiana possiamo citare il fatto che il 2016 è stato il ventiseiesimo

anno consecutivo di crescita economica, che in questo modo ha rafforzato la sua posizione economica a livello mondiale (secondo i dati del Fondo Monetario Internazionale l'Australia, che da anni fa parte stabilmente del G20, nel 2016 ha avuto la tredicesima economia a livello globale) e regionale (quinta potenza economica in Asia dopo Cina, Giappone, India e Corea del Sud). In termini assoluti il Pil australiano nel 2016 è stato pari a circa 1.400 miliardi di dollari, inferiore dunque al Pil italiano, pari nello stesso periodo a circa 1.900 miliardi di dollari.

Il governo australiano si muove molto bene da anni sul fronte della disoccupazione, che non supera il 6,5% da molto tempo: negli ultimi anni si è attestata al 6%, scendendo al 5,8% nel 2016 e secondo le previsioni al 5,5% nel 2017.

Sotto controllo l'inflazione, che

dal 2012 al 2016 è rimasta stabile tra il 3% (nel 2012) e l'1,7% (nel periodo 2014-2015). Nel 2016 è salita leggermente all'1,9% e dovrebbe attestarsi al 2% nel 2017, seguendo l'aumento del Pil e l'incremento dei salari.

Nel complesso sono ottimi anche i dati sul debito pubblico, anche se negli ultimi anni è quasi raddoppiato rispetto al Pil, passando dal 26,8% del 2012 al 45,6% del 2016, e sul deficit, stabile intorno al 2% del Pil.

Come anticipato, nonostante gli ottimi fondamentali, l'economia australiana presenta comunque alcuni fattori di debolezza, tra i quali vanno citati il continuo declino del settore manifatturiero dovuto soprattutto al rallentamento dell'economia cinese e alla riduzione degli investimenti nel settore minerario ed energetico, e il debito pubblico in continuo





aumento, anche se il suo livello si mantiene comunque più basso rispetto ai principali Paesi OCSE. In quest'ultimo caso non si prevede una riduzione significativa né del debito pubblico né del deficit di bilancio a causa della politica economica varata dall'attuale governo conservatore che mira a sostenere l'economia attraverso una serie di provvedimenti, tra cui: sgravi fiscali per le piccole e medie imprese con la riduzione del carico fiscale dal 28,5 al 27,5% a partire da metà 2017, che portare a un'unica aliquota fiscale per le imprese pari al 25% indipendentemente dalle dimensioni aziendali entro 10 anni; abbassamento delle tasse per i redditi del ceto medio; la realizzazione di nuove infrastrutture e di investimenti nel settore dei trasporti con l'obiettivo di risolvere il problema del congestionamento delle aree urbane e di aumentare l'efficienza dei trasporti delle materie prime e merci dirette all'estero; la concessione di fondi pubblici al settore navale; l'impiego di consistenti fondi pubblici per la formazione dei disoccupati sotto i 25 anni di età. Tutti questi provvedimenti saranno finanziati sostanzialmente con deficit e nuovo debito pubblico, che non dovrebbero quindi migliorare nei prossimi anni.

Sul fronte del commercio internazionale, va rilevato un netto miglioramento nel 2016 della bilancia commerciale australiana, che dopo il disavanzo del 2015 è tornata in avanzo per un valore complessivo di circa 1 miliardo di euro. In particolare le esportazioni sono aumentate dell'1,8% mentre le importazioni sono diminuite del 5,3% rispetto all'anno precedente.

Le esportazioni australiane, rap-

presentate principalmente dai prodotti energetici (carbone e gas), da prodotti minerari (soprattutto ferro e rame), da metalli preziosi (oro) e prodotti agricoli (soprattutto carni e cereali) sono dirette soprattutto verso l'Asia con Cina, Giappone e Corea del Sud come principali acquirenti. La posizione dell'Italia tra i Paesi importatori dall'Australia è rimasta più o meno stabile negli ultimi anni intorno alla ventinovesima posizione.

Le importazioni australiane, rappresentate soprattutto da macchinari, autovetture ed apparecchiature elettriche, provengono da Cina, Stati Uniti e Giappone, che occupano stabilmente le prime tre posizioni della graduatoria dei principali fornitori. L'Italia rimane stabilmente all'undicesimo posto complessivo e al terzo posto tra i Paesi europei.



# MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua



Per informazioni www.lovatorforniture.it

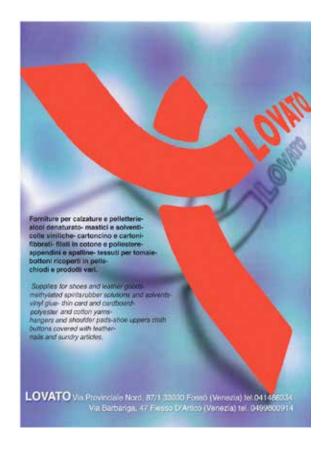




### NASTROTEX

#### CUFRA SPA







ORMAC CHALLENGER TRACER



### MACCHINE ED ACCESSORI OFFICINA - RIPARAZIONI

ASSISTENZA per calzaturifici per pelletterie per cucire



Via Tramazzo, 27 Tel. 041 5161936 - Fax 041 5161937 30032 FIESSO D'ARTICO (VE)

E-mail: info@armida-srl.it www.armida-srl.it

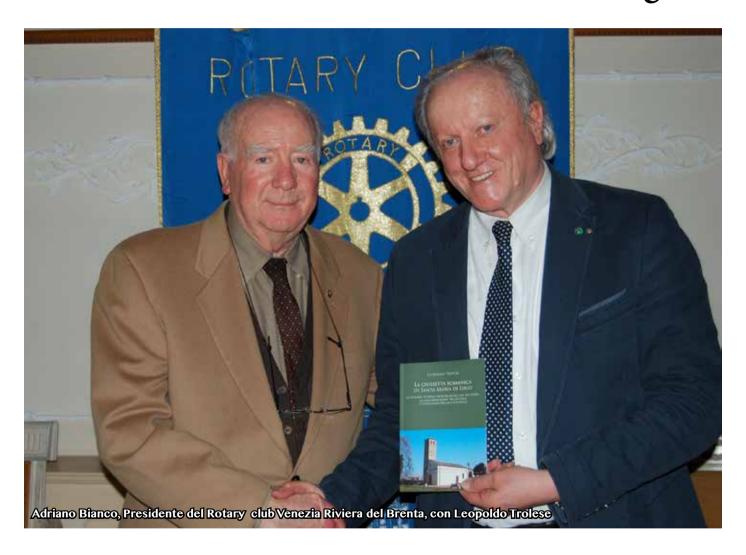


da più di 35 anni al servizio della calzatura





## In un libro la vicenda storico-giudiziaria della chiesa di Santa Maria di Lugo



Presso la prestigiosa sede di villa Franceschi a Mira, lo scorso 30 marzo è stato presentato al Rotary club Venezia-Riviera del Brenta il libro di Leopoldo Trolese, edito dalla Cleup di Padova, "La chiesetta romanica di Santa Maria di Lugo. Le vicende storico giuridiche del suo recupero: la collaborazione tra Giudice e Consulente tecnico d'Ufficio".

Oltre a indagare le vicende storiche dell'antica chiesa situata a due passi dalla laguna venezia-

na, in questa sua opera Trolese ha voluto presentare l'esito di un incarico professionale di rilievo, ottenuto in qualità di C.T.U. (esperto nominato dal tribunale) e assunto con l'obiettivo di chiarire a chi spettava la proprietà della chiesa, abbandonata da tempo, e oggetto di un'annosa disputa tra soggetti privati, la Curia di Padova e il Comune di Campagna Lupia.

Attraverso puntuali documentazioni, antiche mappe e argomentazioni tecniche, nelle pagine



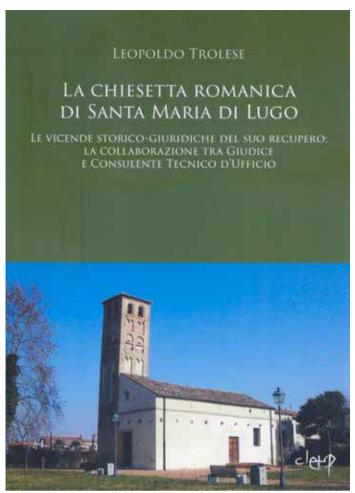
del libro Trolese chiarisce molti aspetti, offrendo in aggiunta una chiave di lettura singolare e insolita sulla chiesa di Lugo e la sua lunga e controversa storia giungendo alla conclusione che l'edificio sacro, con il terreno sottostante, non appartiene al privato che la rivendicava, ma, in forza alle cosiddette "leggi eversive" del 1866, 1867,1870, e successive, appartiene al Demanio dello Stato.

Dal punto di vista storico, le prime strutture della chiesetta di Lugo risalgono ai secoli X-XI, ma il luogo in cui sorge era già frequentato in un passato lontanissimo risalente addirittura all'epoca paleoveneta, come hanno documentato gli scavi sul sagrato della stessa chiesa condotti nel 2008 dall'Università di Padova.

Già nel 1372 la chiesa esisteva nelle forme attuali e faceva parte della fortezza dei Carraresi, Signori di Padova, che estendevano il loro dominio in queste campagne sempre mal tollerati dai veneziani. Ben presto, infatti, l'importanza strategica del territorio si impose e iniziarono frequenti guerre ingaggiate tra padovani e veneziani che devastarono più volte il territorio: battaglie spietate di cui rimane memoria negli archivi attraverso il racconto dei cronisti del tempo, come Galeazzo Gatari, che ci offre una realistica quanto cruda immagine di quanto accadeva "... lì erano infiniti strepiti, lì erano gridi crudelissimi, lì fu strazio di sangue. Era la campagna tutta sanguinosa per il sangue dei nostri cristiani crudelmente spanto e malmenato con grande vituperio..."

La conquista del territorio da parte della Repubblica di Venezia, avvenuta nel 1405, decretò la fine della Signoria Carrarese e di conseguenza anche al termine di guerre e combattimenti. Purtroppo, però, con il tempo si aprì un altro capitolo non certo favorevole per queste zone. Dovendo fare i conti con i frequenti problemi di natura idraulica, i veneziani iniziarono l'escavazione del canale "Nuovissimo", terminato nel 1610. Non si trattò di un'opera particolarmente felice per la zona di Lugo: furono sconvolti i naturali equilibri idraulici provocando ristagni d'acqua nelle terre coltivate.

Di questi squilibri ebbe a patire anche la chiesa di Santa Maria che rimase isolata all'interno di un terreno ostile, malsano e poco popolato, perdendo via via d'importanza e ospitando



La copetrtina del libro

sempre più raramente le funzioni religiose. Iniziò così un lento ma inesorabile degrado dell'edificio sacro che fu gradualmente abbandonato all'incuria e alla rovina.

Nel 1869 lo storico padovano Andrea Gloria, tracciando qualche notizia sulla chiesa di Lugo, scriveva: "La chiesa di Santa Maria Dolente di Lugo, non parrocchiale, è stata unita da papa Eugenio IV alla Sacrestia Maggiore di Padova, onde il capitolo dei Canonici ne ha il patronato. E' poverissima con un altare. Il campanile ha aspetto di torricciuola, avanzo delle indicate fortificazioni". Nella visita pastorale del vescovo Luigi Pellizzo del tre febbraio 1915, la chiesetta risulta chiusa al pubblico per ordine del prefetto e adibita a ospedale di isolamento.

L'opportuno restauro, finanziato negli anni '90 del secolo scorso da un istituto di credito locale, la Cassa Rurale e Artigiana di Bojon, oltre ad interrompere il degrado, aveva permesso di mettere in risalto la sorprendente bellezza artistica di questo edificio, fino ad allora coperto in parte da rovi e sterpaglie.







Un lacerto di affresco presente all'interno della chiesa

Vero gioiello architettonico della chiesa è la torre campanaria, di impronta tardo romanica, quadrangolare con tetto a quattro falde e motivi decorativi ugualmente tracciati sulle quattro fronti. Alle archeggiature cieche della parte mediana si aggiungono il marcapiano della cella a losanghe di cotto e la cornice di gronda in mattoni a dente di sega, pure di ispirazione gotica. La torre sorge a fianco dell'accesso principale, incastonata all'interno del corpo edilizio della chiesa e interrompe il timpano liscio della facciata.

La chiesa è ad aula con tetto a capanna e orientamento est-ovest, tipico delle chiese paleocristiane e romaniche. L'interno della chiesa, che ospita una interessante raccolta di reperti archeologici raccolti nel territorio, presenta un'elegante abside voltata a crociera di taglio quattrocentesco e notevoli tracce di affreschi murali, per la cui esecuzione in origine era stata avanzata l'ipotesi di un pittore di scuola giottesca.

Leopoldo Trolese, che vive a Fossò e lavora nel territorio svolgendo la libera professione come Consulente Tecnico per i Tribunali e la corte d'Appello di Venezia, ha deciso di devolvere il ricavato della vendita del libro in favore dei colleghi che versano in stato di necessità.

Tra le sue precedenti pubblicazioni si ricordano: "Poesie, Commedia giovanile, Millesimi di Storia vol.I, Lettere di vita, l'arte reale".

La pubblicazione è stata possibile grazie anche al contributo della Fondazione Geometri e Geometri laureati di Venezia.



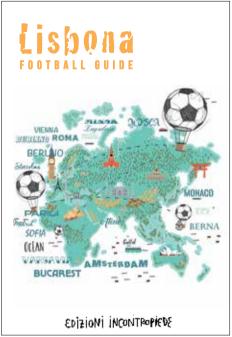
## ALLA SCOPERTA DI LISBONA E ZAGABRIA

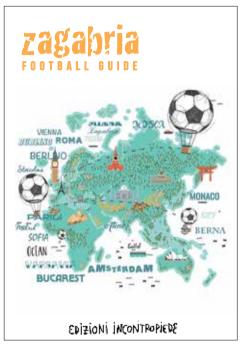
Sono le prime due città scelte da Edizioni inContropiede per esordire con Football City Guides, collana che racconta le metropoli calcistiche

Football City Guides è la collana che racconta le città europee attraverso il calcio. Gli agili libri che la compongono sono guide turistico/ calcistiche, che l'appassionato potrà leggere e gustare prima di mettersi in viaggio per poi alla partenza sistemarle nel bagaglio a mano. Volumetti non solo fitti di racconti, storie di personaggi, aneddoti, interviste, liste curiose che diventeranno spunti interessanti per il viaggiatore, ma anche vere e proprie guide piene di consigli, indirizzi utili, itinerari calcistici slegati o collegati a quelli più tradizionali. Le Football City Guides nascono come delle "seconde guide" (da affiancare durante il viaggio a quelle tradizionali) che possono facilmente essere tenute nelle tasche dei pantaloni, grazie alla scelta di un formato ridotto.

LISBONA FOOTBALL GUIDE. Completamente louca para o futebol, Lisbona ha in Benfica, Sporting Clube de Portugal e Belenenses le tre squadre principali. Da vedere e conoscere: quattro stadi ricchi di storia, la toponomastica calcistica, la Feira da Ladra, il Pantheon, Matateu, Bela Guttmann, Pepe Soares, Miklos Feher e molto altro.

ZAGABRIA FOOTBALL GUI-DE. Con grande tradizione sportiva (pallacanestro, pallamano, hockey su ghiaccio, pallanuoto, pallavolo) Zagabria rimane una città soprattutto calcistica. Da vedere e conoscere: lo stadio Maksimir, i Bad Blue Boys, il Mirogoj, Croatian Football Federation's Multimedia, Modric, Boban,







Statua di Eusebio a Lisbona

Ramljak, Bobek, Jerkovic e molto altro.

GLI AUTORI. Alberto Facchinetti, nato in provincia di Venezia nel 1982, con Edizioni inContropiede

ha già pubblicato "Il romanzo di Julio Libonatti", "Ho scoperto Del Piero – La storia di Vittorio Scantamburlo", "La versione di Gipo". Enzo Palladini, nato a Milano nel 1965, giornalista di Premium Sport, con Edizioni inContropiede ha già pubblicato "Scusa se lo chiamo futebòl" e "L'anno delle volpi".

Jvan Sica, nato a Salerno nel 1980, autore teatrale, con Edizioni in-Contropiede ha già pubblicato "Arrigo".

Il progetto Edizioni inContropiede nasce in provincia di Venezia nel 2014. Piccola realtà editoriale, pubblica una decina di volumi l'anno di letteratura sportiva (romanzi, saggi, biografie, guide turistiche, antologie di articoli, raccolte di racconti). La vendita dei libri attraverso il sito internet ufficiale (www.incontropiede.it), tutti i principali stores online e nelle principali librerie.









#### Macchine, Accessori e Componenti per Calzature

- Alzi e allunghi per forme
- Cambrioni 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



Azienda di pelletteria con sede a Padova ricerca personale specializzato nelle lavorazioni a banco e a macchina. Per informazioni contattare il numero 0492139061.

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

Ditta cerca zona Riviera del Brenta orlatrice a domicilio per abbigliamento in pelle. Tel. 366 5483017.

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.

Affittasi laboratorio con ufficio mq. 100 a S. Angelo di Piove (Padova). Per info Gabriele 347 7575031.

Pelletteria di Pernumia (Padova) cerca macchiniste e banconiere esperte. Tel. 0429 778350.

Calzaturificio di Vigonovo (Venezia) cerca operaio per messa in suola e raschiatura. Tel. 049 9831511.

Pelletteria in Maserà di Padova cerca tagliatore esperto - tel. 049 8860296.

Vendo pantografo per sviluppare modelli in cartone fibra, marca Teseo Snap c.n.c. completa di digitizer. Macchina revisionata e funzionante pronta per l'uso. Per informazioni chiamare 335 6917456 (Antonio).

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











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)



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







# IL PACKAGING MADE IN ITALY





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.

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.

www.grafitex.it | www.argex.it

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









