EUROPANEWS n. 50 del 24/06/2013 Anno XXIV sped. in A.P. 45% Art. 2 comma 20/B Legge 662/96 Fil. di Padova Contiene I.P.

BUSINESS shoes

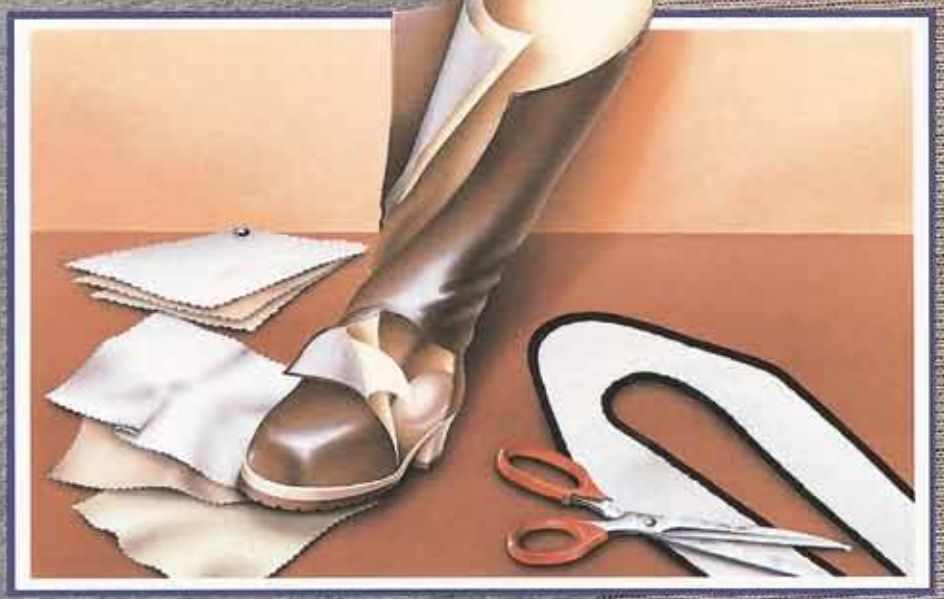
N. 68
MAGGIO-GIUGNO 2013

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businesshoes.it

AUTOREVOLEZZA e AGGREGAZIONE
La nuova CONFINDUSTRIA di ZOPPAS

Luigi Carnevali
INTERLININGS



Luigi Carnevali sas • Buccinasco (MI) Italy • Via Veneto, 6
Tel. +39.02.488673.3 • Fax +39.02.48867342
http: //www.carnevali.it • E-mail: carnevali@carnevali.it
www.luigicarnevali.com

editoriale

Nel 2013 continuano le chiusure di calzaturifici

Il tema del lavoro, in particolare nell'industria calzaturiera, deve diventare una priorità per il nuovo governo. Le difficoltà congiunturali in cui si trova il Paese e le criticità che caratterizzano l'occupazione nel manifatturiero, tra cui il problema della manodopera qualificata, stanno segnando profondamente questa prima metà del 2013. Secondo un'indagine promossa tra gli imprenditori calzaturieri, tra le principali ragioni delle difficoltà nel reperimento della manodopera specializzata, c'è la scarsità di incentivi che favoriscano il reinserimento di lavoratori del settore inattivi e l'inadeguatezza nella legislazione del lavoro in materia di addestramento degli apprendisti. Seguono in ordine di rilevanza la scarsa attrattività dei settori industriali manifatturieri e la scarsa attrattività del lavoro in fabbrica, nel calzaturiero in particolare.
Intanto la recessione ha ampliato il numero di imprese in difficoltà e accelerato il processo di selezione in corso da anni, con la chiusura di un numero considerevole di imprese. Il numero di addetti nei calzaturifici si è attestato a fine 2012 a 79.254 con un calo di 1.671 unità, pari al -2,1%, rispetto a dicembre 2011 (quando erano 80.925). È inoltre proseguito l'arretramento nel numero di imprese attive, sceso a 5.356: 250 calzaturifici in meno rispetto ai 5.606 di dicembre 2011, -4,5%. Le cifre relative al 2013 confermano il trend negativo, con la chiusura, nei primi tre mesi, di altre 83 aziende e la perdita di 959 posti di lavoro (con cali, rispettivamente del -1,5% e del -1,2% rispetto a dicembre 2012).
E le indicazioni degli imprenditori sull'andamento dell'occupazione nella prima metà del 2013, rilevate attraverso l'indagine di Assocalzaturifici, sono orientate alla conferma del trend sfavorevole: sale la quota dei rispondenti che prevedono stabilità nei livelli occupazionali (68%), a discapito sia di quanti si attendono un aumento (11%) che degli imprenditori che hanno indicato riduzione. Ma la quota di questi ultimi (21%) è quasi doppia rispetto agli ottimisti.

Federico Lovato

ARMIDA SRL

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

DURKOPP-ADLER 888

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

Cappellini Applicazioni Paillettes Maglieria
Taglio Laser
Calzature Abbigliamento
Pelletteria Etichette

MERJ

RICAMI

MERJ RICAMI - IX Strada, 12 - Zona Industriale
30030 FOSSÓ (VE) - Tel. 041/466616 - Fax 041/5179420
www.merjricami.com - info@merjricami.com

ANNO XII
N. 68

sommario

BUSINESS SHOES

Federico Lovato
Nicola Brillo
Diego Mazzetto
Erica Trincanato
Maurizio De Pra
Germano Franceschin
Giambattista Marchetto

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

Tipografia
stampeviolato
Bagnoli di Sopra (Padova)

supplemento a
EUROPANEWS n. 50
del 24/06/2013 Anno XXIV
Bisettimanale di informazione,
politica e attualità
Editrice, direzione,
redazione Mopak srl
Strada 66 - 35129 Padova

Direttore Responsabile
Alberto Zuccato
Autorizzazione
del Tribunale di Padova
n° 1214 del 12/5/90

Sped. in abbonamento
postale INDIRETTO

3 EDITORIALE. Nel 2013 continuano le chiusure di calzaturifici
6 ATLANTE. Brevi dal Mondo
8 CONFINDUSTRIA VENEZIA. Zoppas eletto presidente
12 ASSOCALZATURIFICI. L'export prosegue nella crescita
16 LINEAPELLE. Crescono buyer e qualità
20 POLITECNICO. Medaglie e soddisfazione
22 I SALONI. Tendenze e design si incontrano a Milano
27 AIMPES. Numeri in crescita nel 2012
28 AZIENDE A NORDEST. Calzaturificio Mafer
32 POLONIA. Cresce grazie ad investimenti esteri
46 MERCATINO. Tutte le occasioni

APPUNTAMENTI CULTURALI
pag. 42

atlante
BREVI DAL MONDO

ASSOCALZATURIFICI

Prosegue a Bruxelles la battaglia per il "Made in" obbligatorio

Assocalzaturifici Italiani ha incontrato gli europarlamentari di ECR - European Conservatives and Reformists group nel contesto delle giornate di studio dedicate ai temi della contraffazione. Il vice presidente di Assocalzaturifici Italiani Diego Rossetti insieme all'onorevole Cristiana Muscardini e ad alcuni imprenditori del settore si è confrontato sulle priorità del calzaturiero italiano. Agli oltre 40 parlamentari presenti è stato distribuito un Executive Summary della quinta edizione di Shoe Report, focalizzato sulle principali sfide europee del settore calzaturiero. L'associazione prosegue così il suo impegno a sensibilizzare le istituzioni europee sui temi più importanti per le imprese manifatturiere italiane, primo fra tutti la battaglia per l'indicazione dell'etichettatura di origine obbligatoria, che ha visto in questi anni Assocalzaturifici protagonista in Europa. "La partita in Europa per l'indicazione di origine obbligatoria e contro la contraffazione è ancora aperta – afferma il presidente di Assocalzaturifici Italiani Cleto Sagripanti – e siamo quindi sempre in prima linea per sensibilizzare le istituzioni nazionali ed europee su questi temi, che in un momento così delicato sono strategici per tutelare le eccellenze manifatturiere italiane e ovviamente anche il consumatore finale. Continueremo a tessere una fitta rete di incontri e di richiami alle istituzioni per avere in tempi brevi risultati concreti e capaci di mettere non solo l'Italia, ma tutta l'area Ue, in una posizione competitiva rispetto ai grandi player internazionali".

A luglio torna Expo Schuh Riva India per intercettare i buyer del Far East

Expo Riva Schuh India è ormai un appuntamento fondamentale nel panorama fieristico internazionale. Giunta alla terza edizione, la rassegna di calzature e accessori in pelle conferma il suo ruolo di fiera di riferimento nel continente asiatico e torna dal 4 al 6 luglio 2013 presso il quartiere fieristico Pragati Maidan di Nuova Delhi con le proposte di calzature, borse, guanti, cinture e accessori in pelle di espositori indiani e internazionali. Nell'edizione 2013, la manifestazione occuperà quattro padiglioni del quartiere fieristico dove aziende e buyers indiani e internazionali avranno l'opportunità di incontrarsi e di avviare contatti sia per la produzione che per la distribuzione. Infatti, il vero tratto distintivo della manifestazione è quello di essere prima di tutto una piattaforma di business, con l'esposizione della produzione mondiale dei maggiori distretti asiatici e di una selezione dei brand italiani e europei. Sin dalla prima edizione, la fiera risulta in continua crescita: nel 2012, sono stati 168 gli espositori indiani e internazionali, che hanno incontrato 3.795 buyer (+16,2% rispetto alla prima edizione del 2011) provenienti dai più importanti distretti mondiali e con i quali è stato possibile stringere significativi accordi commerciali. Il crescente numero di visitatori è anche l'esito delle azioni di promozione nei principali distretti distributivi asiatici.

TheMICAMshanghai, successo per la prima fiera della calzatura in Cina

TheMICAMshanghai ha aperto i battenti dal 9 all'11 aprile presso lo Shanghai Exhibition Centre, registrando la partecipazione di 5.880 visitatori. La manifestazione, prima edizione cinese di theMICAM, è stata fortemente voluta dal Presidente di theMICAM, Cleto Sagripanti, che conferma il gradimento da parte di espositori, buyers e giornalisti. Il numero dei visitatori é particolarmente significativo se si considera la peculiarità del mercato cinese per cui il rapporto tra numero di visitatori e numero di punti vendita rappresentati é sensibilmente più alto rispetto a quello misurato in Europa. Si è giunti a questo importante risultato grazie ad un'intensa attività promozionale e a partnership d'eccezione. Al fine di presentare theMICAMshanghai ai media e ai buyer professionisti, a partire da gennaio 2013 sono stati organizzati un'estesa campagna mediatica e un roadshow che ha toccato le principali città cinesi, quali Pechino, Shanghai, Guangzhou, Chongqing e Hong Kong, grazie al supporto di ICE, l'Agenzia per la promozione all'estero e internazionalizzazione delle imprese italiane. Inoltre, theMICAMshanghai ha goduto della speciale visibilità garantita dall'accordo siglato da ANCI e Fiera Milano con la Shanghai Fashion Week, uno dei più importanti e popolari eventi che la Cina dedica al sistema moda e di cui theMICAMshanghai è stata l'unica mostra della calzatura a diventarne partner ufficiale. Per la sua prima edizione, theMICAMshanghai ha puntato molto su un ricco calendario di seminari mirati al "learning", per offrire alle aziende (molte delle quali al loro debutto in Cina) un corollario di informazioni tecnico-giuridiche-commerciali sulle dinamiche del mercato locale e per offrire ai buyers e media cinesi chicche interessanti sull'evoluzione e sulle previsioni dei trends della moda.

AUTOREVOLEZZA E AC
GUIDA DEL NUOVO P

"La sfida è quella di fare di Confindustria Venezia un'associazione a
gare. Perché questo accada, dobbiamo far sentire l'imprenditore al

"La sfida del mio mandato è quella di fare di Confindustria Venezia un'associazione ancora più autorevole, unita, capace di fare massa critica e di aggregare. Perché questo accada, dobbiamo far sentire l'imprenditore al centro del sistema, ascoltando le richieste e le proposte dalla base, coinvolgendo direttamente gli associati nel processo decisionale, difendendo la vicinanza alle imprese".

Con queste parole Matteo Zoppas, 39 anni, ex leader dei giovani e ora Presidente di Confindustria Venezia ha salutato i numerosi imprenditori giunti a Venezia lo scorso 7 giugno per festeggiare la sua nomina.

Nato a Pordenone nel 1974, Matteo Zoppas si è laureato in Economia Aziendale all'Università Bocconi conseguendo i master in *Lean Manufacturing e Business Administration* al Centro Universitario di Organizzazione Aziendale (Cuoa). Tra il 1996 e il 2000 si è occupato del settore Finanza e Amministrazione in Coca Cola Amatil Vienna, in Sipa Spa in ambito R&D e in Zanussi Electrolux nell'area Finanza e nella gestione dei mercati ostili. Nel 2001 ha assistito il Direttore Commerciale Estero di Acqua Minerale San Benedetto nel mercato Usa. Nel 2002 ha ricoperto il ruolo di Analista Ufficio Partecipazioni in Mediobanca, mentre, dal 2003 al 2006 si è occupato, per Zoppas Industries, della ristrut-

Da sinistra Matteo Zoppas, il presidente Zuccato e il viceministro Calenda

GGREGAZIONE: LINEE PRESIDENTE ZOPPAS

ancora più autorevole, unita, capace di fare massa critica e di aggre- centro del sistema", così il neo eletto numero uno degli industriali

di Diego Mazzetto

turazione di un'unità produttiva in Messico e del mercato del piccolo elettrodomestico *worldwide*, con produzioni in Romania, Cina e Messico. Dal 2006 segue la trasformazione Lean delle unità produttive di Acqua Minerale San Benedetto Spa ricoprendo anche, dal 2009 al 2011, il ruolo di Direttore dei Sistemi Informativi e, dal 2008, la carica di Direttore *Copacking and Caps Unit*. Attualmente è Consigliere di Amministrazione in Acqua Minerale San Benedetto Spa e Consigliere di Amministrazione in *Operation Smile Italia*. Nella sua squadra in Confindustria Venezia Matteo Zoppas ha portato Gianluca Comin, Vincenzo Marinese, Agnese Lunardelli e Marco Riva.

Nel suo intervento rivolto all'assemblea Zoppas ha voluto ricordare con gratitudine l'impegno del suo predecessore Luigi Brugnaro, manifestando poi l'intenzione di non abbandonare l'idea di Venezia città metropolitana: progetto che ha contraddistinto i quattro anni della presidenza Brugnaro. Su questo tema Zoppas ha affermato: "Dobbiamo proseguire nella promozione della città metropolitana il cui baricentro deve essere Venezia e su questo tema Confindustria deve svolgere un ruolo primario nella prossima stesura dello statuto provvisorio Questo è un progetto strategico, anche per gli imprenditori".

"Ma prima – ha rilevato Zoppas

- dobbiamo dedicare le nostre energie alle imprese in crisi, alle nostre aziende che soffrono. Per questo è necessario creare una *task-force*, dedicata in particolare alle piccole e medie imprese, che coinvolga tutte le realtà che determinano un ruolo fondamentale in questa crisi come banche, istituti di credito, fondi d'investimento, sindacati e rappresentanti politici".

Anche sul delicato tema della riqualificazione di Porto Marghera Zoppas ha dimostrato di avere le idee chiare: "Nella zona industriale negli anni si è scelto di rinunciare alla chimica, di ridimensionare il settore petrolchimico, sono stati moltiplicati i cavilli burocratici e si è reso eccessivo il carico fiscale sulla bolletta energetica. Nonostante ciò Porto Marghera rappresenta ancora un sistema vitale: un sistema che è riuscito a raggiungere un equilibrio di convivenza tra i diversi settori economici e che vanta un'area ricca di infrastrutture all'interno della laguna che consente alle aziende di ricevere materie prime e rifornimento in un unico sito. E' dunque necessaria una rilettura moderna del fenomeno Marghera ormai appesantito da un modello di sviluppo economico del secolo scorso affrontando una progettualità finalizzata a valorizzare la collocazione di Marghera al crocevia di importanti corridoi di trasporto per renderla appetibile a livello europeo".

Non è mancata, da parte di Zoppas, un'esortazione alla classe politica: "Confindustria può e deve avere un ruolo di facilitatore, di collegamento tra tutte le categorie e tutti gli *stakeholder* (soggetti portatori d'interesse N.d.R.). E siamo pronti a farlo, ci mettiamo a disposizione. In cambio chiediamo però che la politica ragioni con i tempi e i modi dell'impresa: che improntì la propria attività sull'efficienza, efficacia ed eccellenza. Cosa ci occorre? Pochi interventi, ma da realizzare immediatamente. Non è accettabile sentire parlare di misure urgenti da realizzare tra diciotto mesi!

Abbiamo bisogno di una manovra economica che non sia recessiva e che sposti l'accento della tassazione allo sviluppo e alla crescita. Abbiamo bisogno di una politica economica che incentivi le assunzioni, riportando al centro del dibattito la diminuzione del peso fiscale che grava sulle imprese e sui lavoratori. Mi piacerebbe sentire nuovamente parlare, ad esempio, di riduzione del *cuneo fiscale*. Abbiamo bisogno di una burocrazia più snella e a misura di impresa e di cittadino".

Lungamente applaudito dall'assemblea, Matteo Zoppas ha infine concluso il suo intervento ponendo l'accento sulla necessità di uscire velocemente dall'*impasse* finanziaria per cui lo Stato non riesce a pagare i propri debiti. Aggiungendo poi ancora: "La ripresa non dipende più solo dagli imprenditori. Dipende dalla capacità dell'Italia di contare in Europa e di trovare la giusta via tra le necessità di rigore e il rischio di soffocare ogni anelito di ripresa. Dipende dall'intelligenza di noi Veneti di capire che è ora di cambiare, di sperimentare con più decisione nuovi modelli e sinergie. Perché il cambiamento non significa per forza perdita ma trasformazione e, spesso, miglioramento.

E, certamente, dipende da noi imprenditori, da quanto riusciremo a mantenere il senso e l'entusiasmo del nostro lavoro, mettendoci nuovamente in gioco".

Matteo Zoppas con Franco Ballin

Matteo Zoppas con Giulio Pedrollo

Matteo Zoppas con la famiglia

“Chiuso un 2012 difficile, ma l’export cresce ancora”

Federico Lovato

“Sappiamo benissimo noi imprenditori che il successo riguarda il passato, appunto è successo. Per questo motivo abbiamo deciso di anticipare il cambiamento invece che subirlo”. Spiega così il presidente Cleto Sagripanti lo spirito con il quale Assocalzaturifici, riunitasi a Milano per l’assemblea annuale, sta affrontando una situazione economica complessa, che ha visto nel 2012 riaffacciarsi le nubi della crisi. Ma questa volta, rispetto alla crisi del 2008-2009, le nubi lasciano intravedere un mercato che diventa sempre più duale: in crescita, seppure con differenze sostanziali tra Paesi, le esportazioni, e in contrazione i consumi interni.

Grazie al traino delle esportazioni dirette ai mercati non comunitari – cresciute ulteriormente sia in valore (+12,9%) che in volume (+4,1%) – il 2012 ha chiuso con un incremento nel fatturato estero complessivo del 2,5%. “La crescita delle esportazioni non è stata sufficiente a mantenere positivo il trend della produzione, eppure ne ha calmierato la flessione contenendo la caduta all’1,2% in valore e al 4,4% in volume - prosegue il presidente di Assocalzaturifici Cleto Sagripanti. La crescita delle vendite estere ha inoltre sostenuto il saldo commerciale che ha superato i 3,8 miliardi di euro, un dato che da solo spiega di quale credito gode ancora il nostro prodotto made-in-Italy, un balzo del 12,4% del saldo in un anno commercialmente così difficile.”

In termini numerici la crescita del saldo commerciale è legata anche alla contemporanea contrazione delle importazioni che si sono ridotte del 5,8% in valore e del 15,8% in volume, ma ciò è strettamente connesso in realtà con la contrazione dei consumi, che nei dodici mesi del 2012 si è attestata al 4,2% in valore e al 3,6% in volume. Anche nei mesi iniziali del 2013 hanno trovato conferma le dinamiche che avevano caratterizzato la congiuntura del settore durante tutto l’anno precedente: una marcata contrazione dei consumi interni con una conseguente flessione delle importazioni, accompagnata da una crescita delle esportazioni trainata dai mercati extra-comunitari.

“Vale la regola che quanto più ci si allontana dall’Italia e dall’Europa e tanto più le vendite sono positive - precisa Sagripanti. Possiamo guardare a questa situazione o voltandoci indietro e pensare a quanto siamo bravi o guardando avanti, al futuro, e rilanciare gli investimenti. Non è un paradosso, lo stiamo facendo davvero come Associazione e vogliamo continuare a farlo come imprese”.

Nel 2012 si sono persi nel settore 250 imprese e quasi 1.700 addetti, così come nei primi tre mesi del 2013 si sono persi quasi altri 1.000 addetti (-1,2% rispetto a dicem-

bre 2012) e altri 83 calzaturifici, in pratica quasi uno al giorno. Ciononostante vi è la consapevolezza che solo gli investimenti potranno fare la differenza in tutti i campi, da quelli tecnologici a quelli sulla filiera e sulla capacità aziendale".

"Per questo stiamo cercando di dare l'esempio come Associazione investendo in maniera importante nella costituzione di un Polo Tecnologico Calzaturiero a Vigevano che sia di rilevanza internazionale - continua il presidente. Abbiamo coinvolto Regione, CNR, Comune, Camere di Commercio, Fondazioni Bancarie e siamo pronti ad investire anche direttamente. Formazione, Ricerca e Sviluppo, Prove Tecniche: tutto sotto lo stesso tetto. Istituzioni ed imprese fianco a fianco. A questo si aggiunge il nostro sforzo di aver costituito due ITS specialistici sulla Riviera del Brenta e nel Fermano, un altro investimento sul futuro. Siamo consapevoli che il nostro settore ha bisogno di investimenti che siano sulla formazione ed in particolare quella tecnica. Attraiamo molti pretendenti nell'ambito stilistico, ma dobbiamo imparare ad aprire di più le nostre aziende per superare i preconcetti sul lavoro manuale: le nostre fabbriche sono pulite, sane e moderne, ma non riusciamo ad attrarre le necessarie intelligenze manuali".

Sono infatti soprattutto i consumi interni a subire nei primi tre mesi di quest'anno le contrazioni più accentuate. Dopo il calo del 3,8% del consuntivo 2012, nel primo trimestre di quest'anno gli acquisti delle famiglie italiane hanno subìto una flessione del 4,7% in volume, con un decremento ancora più severo in termini di spesa (-7,2%) e di prezzi medi (-2,6%). Si tratta insomma del segnale che ormai non solo si compra meno, ma si compra anche peggio: minore qualità da un lato e maggiore scontistica per indurre all'acquisto, una strategia che comunque alla lunga porta ad un abbassamento della qualità complessiva del prodotto offerto sul mercato.

"Un dato, quello dei consumi interni, che pone con forza la necessità di rilanciare la crescita nel nostro Paese - afferma Sagripanti. Le ricette le diciamo da tempo, così come le ripete Confindustria: l'alleggerimento della pressione fiscale eccessiva, a cui oggi si corre il rischio di dover aggiungere la fiscalità locale".

Anche sul fronte estero, il copione del 2013 sembra suonare la stessa musica dello scorso anno. I dati Istat relativi ai primi 2 mesi dell'anno ci dicono che globalmente le esportazioni sono cresciute del 5,3% in valore e del 3,7% in volume. Il prezzo medio, seppure ancora in aumento (+1,6%), presenta ritmi di crescita decisamente più modesti rispetto al 2012. Si è stabilito così un nuovo re-

cord: 1,5 miliardi di euro nei primi due mesi dell'anno. Ma questi risultati sono la media di due andamenti differenti perché le esportazioni extra-europee (+ 13,8% in valore) fanno registrare un incremento superiore a quello dei paesi UE che si collocano quasi sugli stessi livelli 2012 (-0,5% valore e +0,6% volume). La Francia si conferma il primo mercato, (+ 7,7% in valore e + 3,4% in volume) mentre prosegue l'arretramento per la Germania (-2,7% e -6,8%). Molto bene invece Russia (+27% valore) e Cina (+43%).

"Internazionalizzare è da sempre la nostra parola d'ordine - precisa Sagripanti. Lo abbiamo fatto investendo di tasca nostra e anche rischiando. Ad esempio ripensando la nostra manifestazione fieristica di Milano, theMICAM, che non solo ha cambiato nome ma è diventata una piattaforma internazionale su cui innestare nuovi eventi. TheMICAMshanghai è stato un passo coraggioso ma decisivo, quasi un punto di non ritorno per il percorso di internazionalizzazione del nostro brand".

Guardare al futuro e far ripartire gli investimenti è quindi la strategia chiave necessaria per il settore, in particolare se si guarda alla situazione in cui versa un sistema come quello calzaturiero che è punta di eccellenza del made-in-Italy e che pure continua a perdere imprese e lavoratori.

"La lotta alla contraffazione è da sempre una priorità associativa - continua il presidente - ma ancora di più oggi diventa urgente perché significa difesa delle nostre produzioni e dei posti di lavoro oltre che tutela dei consumatori. Assocalzaturifici dedicherà un budget specifico ad iniziative volte a testimoniare il nostro impegno a debellare questo fenomeno. Porteremo avanti con ancora più determinazione a Bruxelles la nostra battaglia per il marchio di origine e investiremo ancora di più per una promozione moderna ed efficace dell'immagine della calzatura italiana in Italia e nel mondo".

Durante le ultime votazioni dell'assemblea Assocalzaturifici l'Acrib è tornata a far valere il proprio peso e ruolo all'interno di tutti gli organismi associativi. Per il triennio 2013-2015 nella giunta (ex Consiglio Direttivo) sono stati eletti: Siro Badon, Franco Ballin, Francesco Ballin, Marcellino Doni, Armando Masenadore, Mauro Zampieri, Frederic Munoz, Chiara Nicoletto, Lieta Smajato, Daniele Salmaso; nel Direttivo (ex Giunta): Mauro Zampieri, Siro Badon, Franco Ballin. Vice Presidente è stato nominato Siro Badon, con delega alla formazione professionale, mentre Presidente Onorario per acclamazione è Franco Ballin. Da segnalare inoltre la nomina di Sandro Vicari tra i 5 Probiviri e del dott. Giorgio Beltrame tra i Revisori dei Conti.

AG guadagnin

dal 1952

ACCESSORI E COMPONENTI
PER L'INDUSTRIA
DELLA CALZATURA

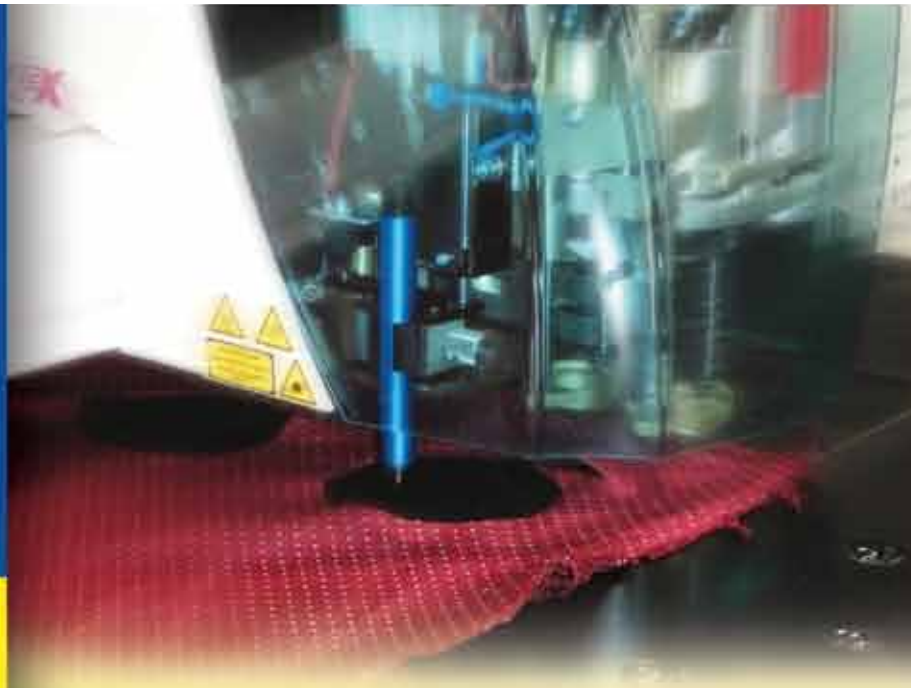
ANTONIO GUADAGNIN & FIGLIO S.r.l.
Via Bruno Buozzi, 22
31044 Montebelluna (Tv)
Tel. 0423/22453 Fax 0423/601954
E-mail: info@guadagninsrl.it

SOLETTIFICIO
TOLLIN

Solettificio Tollin s.r.l.
via Irpinia, 15 - Zona Art.
35020 Villatora di Saonara (Padova)
Tel. 003949640620
Fax 0039498790773
www.tollin.it e-mail: info@tollin.it

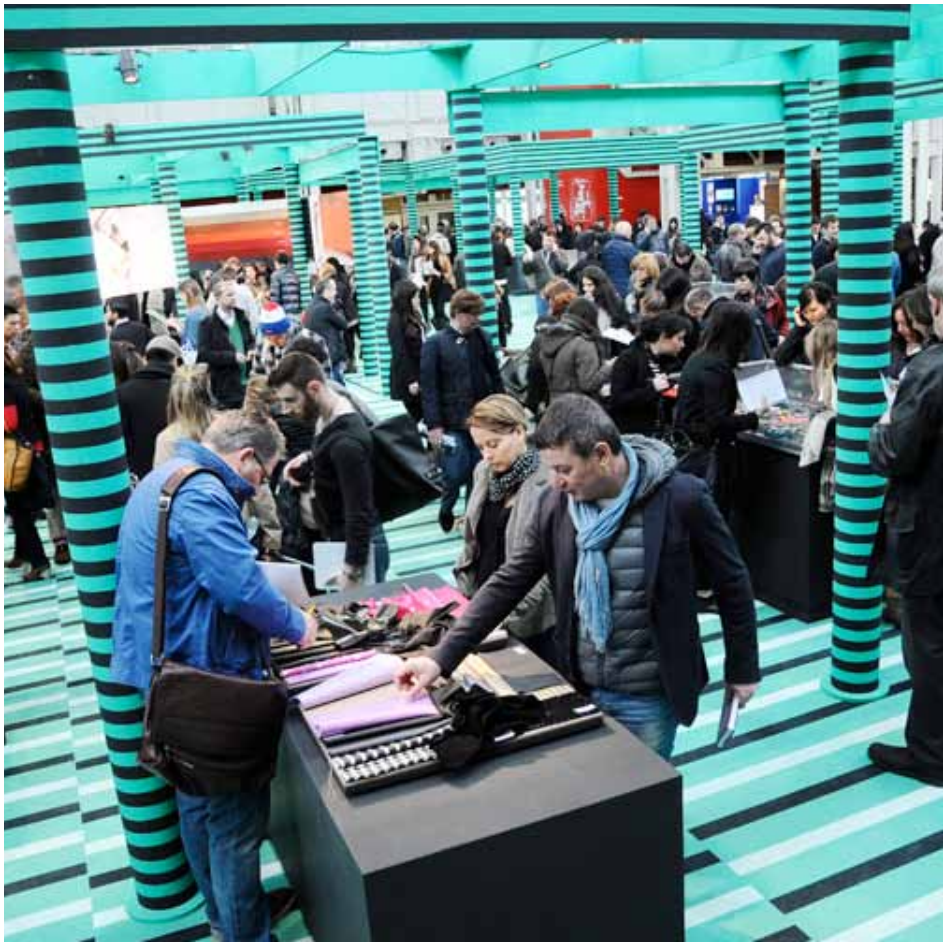
M2M

TRANCERIA
T. EMME 2
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

Lineapelle crescono i buyer e la qualità



Federico Lovato

Si è conclusa a Bologna l'ultima edizione di Lineapelle, dedicata alle tendenze moda per l'estate 2014. Al termine dei quattro giorni sono stati 19 mila i visitatori con un incremento del 6% rispetto all'anno scorso mentre gli espositori sono saliti del 3,3%.

Un mercato mondiale, raccoltosi in Lineapelle con 97 Stati, che segna una quota del 42% di stranieri, che hanno espresso il maggiore dinamismo, con un + 13% sull'anno scorso, in particolare USA, Francia, Cina.

La domanda dunque ha ritrovato in fiera gli stimoli per una performance, a tratti in controtendenza, come dimostrato dal lusso e dalle economie trainanti ad ovest e ad est di un'Europa debole, incapace di favorire la ripresa dei consumi e di difendere le sue risorse, tra cui le pelli grezze.

Nei corridoi se ne è parlato: coloro che impediscono alle concerie, soprattutto italiane, di acquistare la materia prima con misure protezionistiche, sottraendo al libero commercio la metà delle disponibilità, vengono sempre più spesso qui ad acquistare il nostro eccellente grezzo, privandoci pericolosamente del necessario approvvigionamento.

La rassegna ha confermato il suo ruolo preponderante, innalzando il livello di qualità, creatività e servizio al cliente, occorrenti per acquisire le classi sociali più avanzate, presenti in ogni nazione. Non solo, ha formalizzato il nuovo valore aggiunto della pelle, bene di necessità e di piacere, consistente nella pratica di impegno sociale ed ambientale, purché dimostrata e certificata.

Le concerie del vero made in Italy ne hanno fatto un must; anzi, va constatato che l'imprenditoria frequentatrice della mostra è ampiamente votata alla pratica della sostenibilità. Un terzo dell'esposizione, in termini di fatturato delle 1100 aziende partecipanti, possiede certificazioni ISO; mentre il settore conciario italiano eccelle nella responsabilità e nell'etica, a cui dedica mediamente il 10% del proprio turnover. Si registrano infine contatti confortanti con le clientele europee e medio-orientali per componenti, tessuti, accessori, sintetico. Le previsioni per tutto il 2013 sono di stabilità.

Ma vediamo nel dettaglio le tendenze per la primavera-estate 2014. Per le pelli si segnala un'estate di colori e di materiali lisci, naturali, con mano piacevole al tatto. Morbide nappe dalle mani pastose o talcate, bottalature su

spessori più alti dei vitelli per pelletteria, aspetti cerosi, un po' ingrassati, la superficie è leggermente imbiancata. Le vernici continuano ad avere un loro mercato, proposte o molto liquide, oppure più opache con parziali effetti di sbiancatura per un aspetto più sportivo.
Croste e scamosciati dagli aspetti naturali, molto rasati e in spessori bassi, con rasature a diversi spessori per effetti velluto e mani scriventi. Croste con effetti vacchetta. Spazzolati con contrasti di fondo. Ancora interesse per pull-up e tamponature per creare profondità.
Metallizzati e laminati schiariti, con effetti opacizzati e cangianze. Effetti usurati e contrasti lucido opaco. Molti intrecci e trafori, lavorazioni complesse che combinano e sovrappongono più materiali e più rifinizioni. Lavorazioni plissè, accoppiature e reti e vari disegni a trafori con geometrie e sovrapposizioni. I colori saranno: classici beige rosati e color carne, tonalità dal verde al blu, toni di fucsia e di giallo senape.
Per quanto riguarda i sintetici e i tessuti, protagonisti saranno intrecci preziosi di fibre naturali e pelle, corde, cotone, paglie e carta, filati lurex. Piacciono ancora alcuni aspetti rustici come i cotoni, i lini, la iuta, le carte lavorate e intrecciate come rafia. Fibre vegetali, arricchite in superficie da spalmature e metallizzazioni trasparenti. Interesse per i caucciù naturali, magari abbinati a sintetici, con mescolanze tra naturale e sintetico.
Tessuti dalle superfici lucide, resi luminosi dalle laccature e spalmature perlate. Riflessi liquidi.
Tweed, micro-motivi cravatteria a tre o più colori. Ancora interesse per i macramè e i pizzi, anche doppiati e rifiniti in silicone. Grafismi e sovrapposizioni di colori che creano effetti di tridimensionalità. Motivi geometrici e rigati, stampe floreali. Effetti di microtexture.
Per quanto riguarda i componenti i tacchi alti e plateau sono ancora presenti. Interesse invece per tacchi con altezze non superiori ai 5-6 cm, mentre plateau e fondi si abbassano. Meno richiesti, rispetto alle passate stagioni, i plateau alti. I tacchi sono stiletto, classici, ma anche dai volumi importanti, con forme tonde, con effetti di trasparenza, vetrosi, in acetato. Continua l'interesse per il design, il decoro insolito. Rivestimenti in cuoietto, paglie, rafie per gli aspetti naturali. Interesse per le linee dei fondi in punta scivolate e sottili.

Molto interesse per le suole di design, hanno forme opanca o linee che salgono fin sulla tomaia ai lati del piede, o fin sul tallone. Le suole in cuoio hanno inserti in gomma antiscivolo o miniplateau con materiali a contrasto, come sughero o gomma.
Ed infine gli accessori. Fibbie con lucentezze a specchio ma anche più opache, lavorate in superficie. Inserti in smalti colorati o rivestiti in pelle, a contrasto. Maglie delle catene a più fili, catena milanese.
Particolarità di forme, cura nelle finiture e nelle galvaniche utilizzate. Dorature con cesellature, lavorazioni sfaccettate. Plastiche e resine colorate opache su catene di dimensioni medie.
Accessori stilizzati. Le forme si semplificano a vantaggio della ricerca sulle finiture preziose. Oro in tutte le sue declinazioni, lucido, liscio ma anche lavorato, inciso, decorato con smalti o in coppia con materiali diversi. Forme geometriche nuove per le catene, anche ad anelli squadrati o a maglie irregolari.
Importanti le chiusure a girello, le fibbie con i rulli semplici e elaborati, in contrasto di colore o di materiale. Le zip piacciono semplici nelle dimensioni e più elaborate nei tirazip, che diventano anche chiusure, o nella ricerca del colore dei dentini, del filo o del nastro. Continua l'interesse per le borchie, in varie finiture e dimensioni, non solo in metallo. Gli strass nelle nuove sfumature, in bicolore o nei toni cangianti. Spazio ai nastri intrecciati, uniti e a righe, lavati, anche a fantasie etniche. Materiali naturali più ricercati, i legni in finiture molto leggere che esaltano la materia, le conchiglie, il corno, la foglia di mais.

SpeedService
International

Trasporti nazionali e internazionali

Spedizioni - Depositi - Logistica
I - 30030 FOSSO' (VENEZIA)
TEL. 041 5170 260 FAX 041 5170 257
www.speedservice.it - e-mail : speed.@speedservice.it

Pennarello per bordi con tintura all'acqua e ricaricabile

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

MEDAGLIE E SODDISFAZIONE PER GLI ALLIEVI DEL POLITECNICO CALZATURIERO

Come tradizione, anche quest'anno si è svolta la festa di fine anno degli allievi del Politecnico Calzaturiero di Vigonza conclusasi con la cerimonia di premiazione degli allievi che più si sono distinti nel corso dell'anno scolastico 2012/13. Dell'importanza del Politecnico parlano i numeri dell'anno appena trascorso con 121 allievi, 2400 ore di lezione e 8 corsi che hanno visto impegnati ben 30 insegnanti. A salire sul podio quest'anno, meritandosi la medaglia d'oro ANCI per il corso di specializzazione – progettazione classica, sono stati Valentina Viero e Zaccaria Pilon. Per la giuria, Valentina ha meritato la medaglia "per la ricerca, l'espressione concettuale, l'ambientazione e la realizzazione del progetto". A parere della commissione giudicatrice, Zaccaria si è invece distinto "per l'analisi, lo studio e lo sviluppo di un progetto innovativo con alta componente creativa".

Nel corso della manifestazione, svoltasi nell'aula magna del Politecnico, sono stati assegnati anche i premi speciali. Ecco i nomi degli allievi che più si sono distinti: Carlotta Camporese (alla quale è stata assegnata la medaglia "Antonio Zandarin"); Lucrezia Lazzaro (meritevole della medaglia "Ivone Beggio") e Francesca Polegato cui è stata consegnata l'attestazione di merito "Bruno Lando". Per il concorso BASF, nato con l'intento di favorire la conoscenza delle proprietà del poliuretano e il suo utilizzo in ambito calzaturiero in collaborazione con il gruppo Basf Poliuretani, si sono classificati ai primi posti Simonetta Arsie e Alberto De Toni.

Nel suo saluto agli allievi, agli ospiti e al pubblico intervenuto, il Presidente del Politecnico Franco Ballin ha posto l'accento sui lusinghieri risultati dell'anno scolastico appena concluso dichiarando: "I riscontri positivi forniti dalle diverse commissioni di esame che hanno lavorato nelle scorse settimane per valutare il livello di preparazione degli allievi sono stati estremamente incoraggianti, come pure i dati sulle iscrizioni che nel primo anno sono aumentate del 50% e confermano la grande qualità dei docenti, degli imprenditori, dei designer, dei modellisti e dei tecnici che contribuiscono allo sviluppo della scuola. Le direttrici strategiche che caratterizzeranno le attività dei prossimi anni coinvolgono i modelli organizzativi, che dovranno essere orientati alla cultura dell'aggregazione; i modelli distributivi, che dovranno stimolare un nuovo approccio ai mercati e i modelli progettuali e produttivi, che dovranno essere caratterizzati da un elevato contenuto di innovazione di prodotto e di processo. Lo stesso sistema moda sta vivendo un periodo di profonda mutazione e non si riconosce più nei modelli del passato legati ai periodi storici, al gusto e agli stili: per questo la scuola dovrà far crescere un nuovo sistema di competenze di industrial design volte all'innovazione di prodotto non solo estetico-formale, ma anche nella performance di materiali, di comfort, ergonomiche, o all'innovazione di processo volte alla semplificazione, all'ottimizzazione e all'aumento della qualità delle lavorazioni. Per il futuro il mio grande desiderio è che il Politecnico Calzaturiero diventi sempre più un luogo fisico e virtuale dove si possano incontrare, studiare, sperimentare per il futuro del settore calzaturiero le nuove e vecchie generazioni, mescolando la cultura dell'innovazione digitale e i saperi della tradizione manifatturiera italiana".

NUOVA POMPA PER IL TRAVASO DI SOLVENTI

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

stampeviolato
offset printing

• depliants • cataloghi aziendali • poster
• riviste • packaging • brochure

viale dell'industria, VI strada, 13
35023 bagnoli di sopra (PD)
tel. 049-9535267 - fax 049-9535352
info@stampeviolato.com - www.stampeviolato.com

attiva.it®

Siti internet
App per dispositivi Mobile
Web Marketing
Social Media
Web Reputation
Video

Attiva S.p.A. Via Portenari, 21/23 - 30175 VENEZIA - Marghera (ITALY)
T +39 041.538.259.6 - F +39 041.925.528 - info@attiva.it - **www.attiva.it**

MACCHINE E ACCESSORI
O.MA.CA.®
CALZATURIFICI E PELLETTERIE

O.ma.ca. srl Unipersonale
Sede Magazzino - Via Capitello, 4 - 37060 Lugagnano di Sona - Verona
Magazzino 2 - Via Lombardia, s/n - 37060 Lugagnano di Sona - Verona
Tel. +39 045 6082376 - Fax +39 045 6082369
www.omacaitalia.it

SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE NUOVE TENDENZE A CONFRONTO

Anche il 2013 ha avuto la sua manifestazione dedicata al design ed all'interior design. Proprio quest'anno è arrvata alla sua 52esima edizione l'evento dei Saloni che si è chiuso in maniera più che positiva e con grande successo. A confermarlo sono gli oltre 2.500 espositori italiani e stranieri divisi tra il Salone Internazionale del Mobile, il Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, il SaloneSatellite e le biennali Euroluce e SaloneUfficio. "Il Salone del Mobile si conferma il più importante strumento di promozione dell'eccellenza creativa dove impresa e progetto trovano il loro naturale punto di incontro e di presentazione privilegiata del nostro saper fare – ha affermato Claudio Luti, Presidente di Cosmit -. È un'atmosfera molto positiva quella che si è registrata in questi giorni, che testimonia come anche in momenti di difficoltà, innovazione, design e comunicazione sono le leve su cui investire. Le aziende, con grandi sforzi e investimenti per presentarsi al meglio all'appuntamento milanese, hanno attirato l'attenzione dei player internazionali. I numeri confermano che il momento fieristico è una piattaforma che premia gli espositori, che qui hanno concretizzato reali occasioni di business con operatori di altissima qualità". "Il mondo che abiteremo" è il leitmotiv che ha condotto questa edizione dei Saloni, segnata dal contributo di Jean Nouvel per il "Progetto: ufficio da abitare", uno spazio all'interno del SaloneUfficio dove l'architetto ha presentato cinque scenari lavorativi unici e singolari per dimostrare che un ambiente di lavoro deve essere in grado di trasmettere creatività, ispirazione e piacere di vivere.Questo salone lo si potrebbe definire globale più che internazionale visto che i visitatori complessivi sono stati 324.093 di cui 285.698 gli operatori del settore e con presenze da ben 160 paesi. Significativo e doveroso è stato l'interesse dimostrato dai rappresentanti delle Istitu-

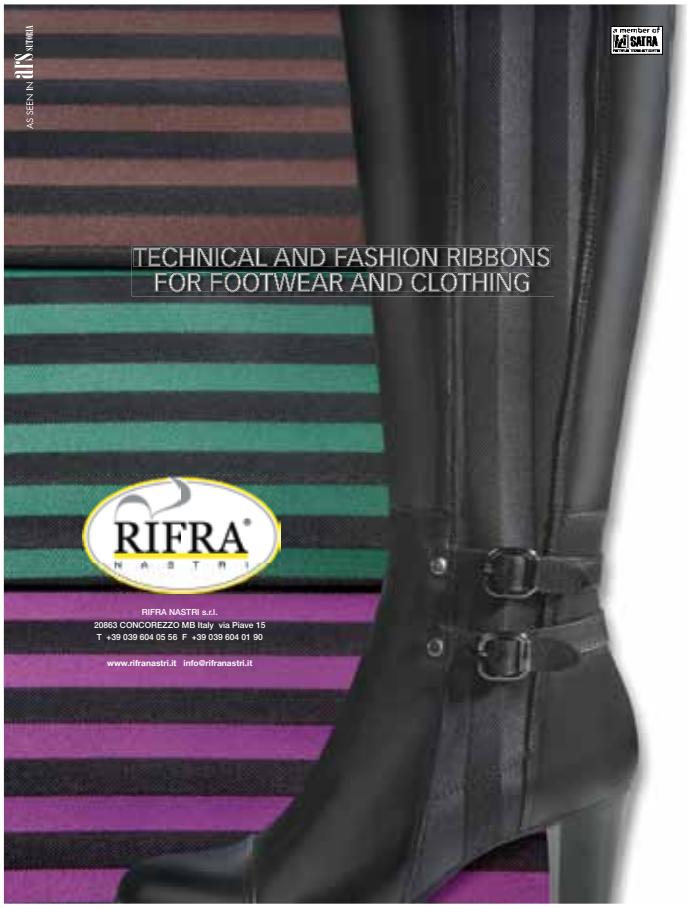
zioni che hanno visitato i Saloni, toccando con mano la creatività e gli sforzi compiuti dalle imprese per proporsi all'interno della più grande vetrina internazionale del settore. "Il successo di questa edizione del Salone del Mobile è un segnale importante per le nostre aziende. Non dobbiamo però abbassare la guardia rispetto al mercato interno, dal quale provengono segnali di preoccupazione che richiedono provvedimenti efficaci in tempi rapidi" ha commentato Roberto Snaidero, Presidente di FederlegnoArredo. Il fil rouge del'evento è stata la voglia di innovazione che si è declinata nelle varie opportunità di condivisione dei contenuti offerti attraverso social networks. I Saloni, di anno in anno sono diventati sempre più virtuali, incrementando la propria presenza sui social media e in rete. Infatti un nuovo profilo su Pinterest, si è andato ad affiancare a quelli già esistenti ossia la pagina su Facebook e Twitter, il canale dedicato su YouTube, Flickr, il profilo su Linkedin e il blog ufficiale. Da questo stimolo è nata la straordinaria varietà e la qualità dell'offerta merceologica della manifestazione, varietà e qualità riscontrabili nell'interesse sempre crescente per la manifestazione da parte di operatori, giornalisti e pubblico. I Saloni sono i soli infatti capaci di calamitare l'attenzione di un numero di visitatori superiore ai 300.000, provenienti da 160 paesi. Suddivisi in tre tipologie stilistiche differenti, il Salone Internazionale del Mobile e il Salone Internazionale del Complemento con i loro 1.440 espositori hanno confermato per la terza volta la scelta funzionale di destinare al settore Moderno un unico edificio nei padiglioni 14 e 18, direttamente contigui ai settori Design e Classico, in modo da creare un percorso logico e funzionale per il pubblico. Sono stati 479 gli espositori del mondo della luce che sono scesi in campo con un'offerta merceologica di altissimo valore, a dimostrazione di come Euroluce sia in grado di racchiudere non solo innovazione tecnologica e formale, ma anche qualità e creatività. 106 gli espositori dell'Ufficio, che hanno sottoposto all'attento pubblico le loro novità in fatto di arredamento per ufficio, banche, istituti assicurativi, uffici postali, ambienti pubblici e comunità, ma anche in fatto di isolamento acustico, pavimentazioni e rivestimenti; sistemi di illuminazione e complementi d'arredamento; tecnologie audio/video e comunicazione.

Durante questi giorni è stato organizzato anche il convegno "Inter-

nazionalizzazione il bagno Made in Italy – Progetto, produzione, distribuzione dell'arredo bagno nel mondo", ossia un fondamentale momento di confronto che è servito a fare il punto sul mercato internazionale dell'arredo bagno avendo offerto così l'occasione di analizzare quali siano i mercati più promettenti per il Made in Italy, quali i principali trend di mercato e le modalità per costruire relazioni di business con Paesi sempre più centrali come Brasile, India, Cina, Turchia. L'analisi dei dati di mercato relativi ai Paesi affluenti e all'Eurozona ha registrato nel 2013 un calo del 10%, dopo il 20% del 2012. Viceversa nel 2011 il mercato mondiale del sistema arredo bagno ammontava ad oltre 20 miliardi di euro, in

crescita del 6,2%. Se circa il 34% del mercato mondiale si concentra nell'UE, al secondo posto si collocano l'Asia Orientale con oltre il 20% (in particolare Cina, Giappone e Corea del Sud), seguita dal Nord America con circa il 19%. La sfida dell'internazionalizzazione è pertanto la partita decisiva del settore. "Da domani dobbiamo capitalizzare il successo di questa settimana – ha concluso Claudio Luti, Presidente di Cosmit - andando nei territori e consolidando i migliori partner con il controllo della distribuzione, per crescere sempre di più sui mercati internazionali e non vanificare parte di questi sforzi". L'appuntamento con il prossimo Salone e tutte le sue prossime novità è dall'8 al 13 aprile 2014.

Erica Trincanato



Caramaschi
NASTRI ADESIVI TECNICI E NON SOLO

CARAMASCHI S.r.l.
Via L. Mastronardi, sn
27029 Vigevano (PV) – Italy
Tel +39 0381 83888
Fax +39 0381 937439
www.caramaschi.net
info@caramaschi.net

AIMPES: POSITIVI I DATI DELL'EXPORT 2012

Presentati i dati relativi al settore della pelletteria 2012 all'Assemblea annuale AIMPES (Associazione Italiana Pellettieri) che segnano un +19% per le esportazioni e +2,4% per le importazioni. Contrazione invece dei consumi nazionali al -4%.

Questi i dati principali emersi a Riccione all'Assemblea Annuale di AIMPES, Associazione Pellettieri Italiani, tenutasi il mese scorso. L'occasione si è prestata per fare il punto sulla congiuntura del settore con la presentazione dei dati economici del 2012.

Nella sua relazione sull'attività svolta, il presidente Giorgio Cannara ha voluto porre in evidenza i numeri di un settore che pare correre a due velocità: da una parte il forte incremento del suo fatturato estero, dall'altra un' altrettanto forte contrazione dei consumi domestici.

Questa, in sintesi, la fotografia del settore nel 2012, che ha visto una crescita dell'export del 19% e una ulteriore caduta, per il terzo anno consecutivo, dei consumi delle famiglie italiane (-4%). "Si è creata, e si sta creando una netta demarcazione nelle scelte del consumo finale che ha riguardato sia le vendite in Italia sia quelle estere, sempre più connotate da una polarizzazione degli acquisti verso i due estremi dell'offerta: i prodotti del lusso e di fascia alta da una parte, e i prodotti *cheap* dall'altra" - ha detto Giorgio Cannara.

"La crescita delle imprese italiane di pelletteria - ha proseguito Cannara - dipenderà dunque soprattutto dai mercati internazionali e dal loro interesse sempre più rivolto a un'offerta di qualità elevata; ciò sta avvenendo sempre più per Paesi Extra UE, ove complessivamente, la crescita del fatturato è stata del 25%: sono stati dunque i Paesi di nuova industrializzazione quelli che hanno mostrato una dinamica della domanda in forte espansione; il progressivo consolidamento della loro capacità di acquisto e la crescita di una nuova borghesia urbana sensibile al *bello e ben fatto*, rappresenterà anche nei prossimi anni una significativa opportunità per le aziende del settore, anche se non per tutte" - conclude Cannara.

A margine dei lavori dell'Assemblea, un momento di particolare interesse per le imprese è stato l'intervento di Gianluca Lo Vetro, giornalista esperto di moda e docente all'Università di Bologna, che ha presentato le tendenze degli accessori e della moda per la P/E 2013, descrivendo cambiamento ed evoluzione dello stile anche grazie all'influenza delle nuove tecnologie e dei social media, dello street wear e del celebrity wear , che si condizionano a vicenda e dettano le leggi del fashion. A chiudere l'assemblea, l'intervento di Alessandro Malnati, AD di GWC World, agenzia di comunicazione che sta accompagnando AIMPES nel processo di riposizionamento della fiera. MIPEL infatti ha cambiato veste e si è rinnovato, mostrandosi più tecnologico e capace di interloquire in modo innovativo con i pubblici di riferimento. In modo particolare è stato anticipato da Malnati l'ambizioso progetto di @mipel, la fiera virtuale, che sarà attiva a partire da settembre 2013, per la prossima edizione della manifestazione.

@mipel sarà la prima fiera virtuale dedicata al mondo della borsa, un'area riservata al contatto tra espositori e buyers. @mipel prevede anche lo sviluppo di un'attività di e-commerce con uno store online dedicato alla borsa e all'accessorio in pelle, che rende fruibile l'offerta MIPEL anche a un pubblico non specializzato.

Federico Lovato

CALZATURIFICIO M
NEL SEGNO DEL

Continua il viaggio di Business Shoes tra le aziende artigiane del Nordest: aziende che si distinguono per le capacità manuali, l'inventiva e la passione per la tradizione calzaturiera della Riviera del Brenta. In questo numero conosciamo il calzaturificio Mafer di Fossò (Venezia).

Fondato da Ferdinando Moro negli anni '60, oggi è
da donna confortevoli e con alto contenuto moda,

Quella del calzaturificio Mafer di Fossò è una storia di lavoro e dedizione che affonda le proprie radici nella laboriosità dei maestri calzaturieri della Riviera del Brenta. Tra questi maestri c'è il fondatore dell'azienda, Ferdinando Moro. Nonostante la non più verde età, Ferdinando non rinuncia al quasi quotidiano giretto in fabbrica *per salutare i figli* – egli afferma – ma in verità anche per dare un'occhiata all'andamento del lavoro. E i figli Nicola e Andrea, oggi titolari della fabbrica di famiglia, guardano con benevolenza e rispetto il papà intento a esaminare i processi produttivi, ascoltando con attenzione anche le sue critiche. "Certo – afferma Nicola – nostro padre appartiene a una generazione imprenditoriale fondamentalmente diversa da quella di oggi, sia per quanto riguarda lo svolgersi dei processi produttivi, sia nella selezione delle materie prime. Una

MAFER DI FOSSO' LLA TRADIZIONE

e specializzato nella produzione di calzature e stivali
tra le realtà artigianali più interessanti del distretto

di Diego Mazzetto

generazione, la sua, che per tanti motivi ha dovuto crescere in fretta e la sua storia, insieme a quella di tanti suoi coetanei, meriterebbe davvero la stesura di un romanzo".

"Sa qual è il limite per il mondo del lavoro di oggi? – afferma Ferdinando Moro con un candore disarmante all'inizio del nostro colloquio – la mancanza di *fame*. Quella era la molla che ti faceva crescere, ti motivava, ti convinceva a imparare un mestiere senza guardare orario né sacrificio". Affermazioni forti, che Ferdinando comprova pienamente attraverso il suo racconto velato a tratti da un po' di commozione.

"Ho iniziato a lavorare come garzone *a banchetto* all'età di sei anni, durante la seconda Guerra Mondiale. In famiglia vivevamo una situazione difficile con il papà che faticava a rimediare il sostentamento necessario per tutti e così fui mandato a fare esperienza presso diversi datori di lavoro. All'età di quattordici anni ero in grado di produrre un paio di calzature da solo, dall'inizio alla fine, senza bisogno di nessun aiuto.

A sedici anni, su consiglio di uno zio, decisi di trasferirmi a Roma al seguito di alcuni cugini presso un calzaturificio della zona e qui maturai esperienze che diventarono poi utili al ritorno a casa, avvenuto dopo

qualche anno. In particolare ricordo che presso l'azienda romana imparai a costruirmi da solo forme e tacchi: materiali che qui da noi erano prodotti invece in serie. Tornato a casa, a San Pietro di Stra, mi proposi per la realizzazione di calzature su misura molto richieste a quel tempo dai negozianti, soprattutto di Venezia, che richiedevano un'altissima artigianalità.

Qualche tempo dopo, insieme all'amico Mario Panizzolo, pensammo di realizzare insieme un'azienda calzaturiera, sposando le nostre esperienze e le

nostre capacità. Stabilimmo la sede del laboratorio e il nome Mafer: le nostre iniziali. Eravamo pronti per partire quando però accadde un imprevisto. L'amico Mario lavorava presso una grossa azienda della zona dove era molto apprezzato. Il titolare, inteso il fatto che stavamo costituendo una società, si precipitò da me minacciando di rovinarmi se Mario si fosse licenziato per causa mia. Il nostro sodalizio andò così a rotoli ed io decisi ugualmente, nonostante le grandi difficoltà da affrontare, di proseguire il cammino da solo mantenendo ugualmente il nome Mafer perché l'acronimo *Ma* rappresentava l'iniziale del nome di mio padre, Mario anche lui.

Con il tempo il lavoro iniziò a ingranare, e fu così che alcuni anni dopo decisi di coinvolgere nell'impresa anche i miei fratelli Giuseppe, Francesca e Anna.

Proseguimmo su questa strada fino al momento in cui si manifestò l'esigenza (motivata da tante circostanze, tra cui l'avanzamento dell'età), di affrontare la necessità del cambio generazionale. I miei figli Nicola e Andrea scelsero di seguire la mia strada, affiancati inizialmente anche dal fratello Alberto che in seguito scelse di staccarsi dedicandosi in proprio alla professione di modellista.

"I valori che nostro padre ci ha tramandato sono per noi fondamentali – rilevano Nicola e Andrea – così come la sua abnegazione al lavoro che rappresentano per noi un esempio. La voglia di far bene, di creare un prodotto in grado di soddisfare i clienti più esigenti sono frutto dei suoi insegnamenti e di questo gli siamo grati".

Ferdinando Moro al lavoro a banchetto nel 1960

Oggi il calzaturificio Mafer, specializzato nella produzione di calzature e stivali da donna confortevoli e con alto contenuto moda, è tra le realtà artigianali più interessanti del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta tanto che numerosi marchi (anche di importanza internazionale) si rivolgono ai fratelli Moro per la realizzazione delle loro calzature.

Polonia cresce grazie agli investimenti esteri

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

L'economia polacca ha mostrato una crescita sostenuta fin dal suo ingresso nell'Unione Europea nel 2004. A beneficiare di più dall'adesione della Polonia all'UE sono stati soprattutto i comparti legati all'export e alla produzione industriale, che hanno a loro volta alzato il livello della domanda interna.

La forte crescita, che si è mantenuta sostanzialmente stabile nel corso degli ultimi dieci anni, anche se con qualche lieve battuta d'arresto, è stata possibile soprattutto grazie a due fattori: da un lato il massiccio afflusso dei fondi strutturali europei, che pur essendo in calo rispetto a una decina di anni fa hanno fatto registrare nel solo periodo 2007-2013 un saldo attivo pari a oltre 67 miliardi di euro; dall'altro lato i consistenti investimenti diretti da parte di aziende europee ed extra-europee (statunitensi, indiane, coreane, giapponesi e cinesi) che operano in settori ad alto contenuto tecnologico, come servizi informatici e telecomunicazioni, tra le quali spicca Google, attratte dagli incentivi fiscali e amministrativi offerti nelle Zone Economiche Speciali, dalla disponibilità di manodopera qualificata e dalla possibilità di sfruttare le già citate risorse finanziarie derivanti dai fondi strutturali UE.

L'insieme di questi fattori ha tenuto viva l'economia polacca anche nei periodi di crisi internazionale, facendo segnare al Pil polacco un forte incremento, con rialzi superiori al 5% fino al biennio 2006-2007, per poi ripiegare nel 2008 (+4%) e nel 2009 (+1%), e infine tornare a livelli più alti nel periodo 2010-2011 (rispettivamente +3,6% e +4,3%), che hanno anche rappresentato gli anni di crisi più acuta a livello globale.

La recente crisi economica ha dunque condizionato negativamente l'economia polacca, che nel 2012 ha comunque fatto registrare una performance del 2,0%, mentre le previsioni per il 2013 parlano di un tasso di crescita di poco inferiore al 2%. La notevole performance dell'economia polacca negli anni di crisi è riconducibile soprattutto alla tenuta della domanda interna e dai già citati investimenti esteri, uniti al consistente flusso di fondi strutturali europei, che vengono sfruttati grazie ad attente scelte di politica economica, all'utilizzo sapiente dell'arma di politica monetaria rappresentata dal deprezzamento della valuta locale e alla prudente regolazione del sistema finanziario.

A spingere la domanda interna sono state le scorte (aumenta-

te nel tempo per non diminuire la produzione) e i consumi privati (+4,1%), che riflettono la fiducia dei cittadini nell'economia polacca. Per quanto riguarda l'offerta, il settore cresciuto con maggior vigore è stato quello edile (+14,6%), grazie soprattutto all'edilizia infrastrutturale, dal momento che l'edilizia residenziale subisce ancora il contraccolpo della crisi del mercato immobiliare; seguono il settore edile quello industriale (+5,2%) e quello dei servizi commerciali (+3,8%).

Ma nonostante questi risultati per certi versi eclatanti, la Polonia rimane uno dei Paesi più poveri dell'Unione, con un Pil pro capite al di sotto della media dei Paesi UE. Inoltre l'economia polacca è caratterizzata da crescenti disomogeneità di sviluppo sia tra le 16 regioni in cui il Paese è suddiviso, sia tra le aree rurali e quelle urbane. Per sostenere lo sviluppo economico del Paese e ridurre le disparità, il Governo ha varato nel corso degli anni diverse politiche e piani operativi che finanziano numerosi programmi per la creazione di infrastrutture, per la tutela dell'ambiente, per l'investimento in capitale umano, innovazione e sviluppo (soprattutto delle aree situate nella parte orientale del Paese).

Oltre al Pil, gli altri fondamentali dell'economia polacca mostrano luci e ombre, come se tutte le attenzioni si fossero concentrate sulla crescita, lasciando da parte altri aspetti determinanti per la tenuta dell'economia. In particolare da un lato si notano consistenti sforzi per mantenere il debito pubblico entro livelli accettabili:, nel triennio 2010-2012 il debito non ha mai superato il 54% del Prodotto Interno Lordo, mentre per il 2013 è previsto un ribasso rispetto all'anno precedente, con l'indebitamento statale che dovrebbe passare dal 53,7% del 2012 al 52,7% previsto per il 2013. Dello stesso tenore sono gli sforzi per contenere il rapporto deficit/Pil entro i livelli previsti dalla UE, che nel 2012 si è attestato appena sopra il 2%.

Dall'altro lato la disoccupazione rappresenta l'indicatore macroeconomico peggiore dell'economia polacca, facendo registrare ormai da molti anni tassi superiori al 10%. In particolare il livello dei senza lavoro è in aumento dal 2010, anno in cui il tasso di disoccupazione si era attestato al 12,1% della forza lavoro, salendo poi gradualmente fino al 12,4% del 2012, mentre per il 2013 il livello dovrebbe alzarsi ulteriormente fino a raggiungere il 13,3%.

Per questo la politica monetaria

delle autorità polacche è improntata alla ricerca di un livello dei tassi d'interesse che non costituisca una barriera allo sviluppo delle imprese e quindi alla crescita economica, ma che riesca anche a contenere l'inflazione, come peraltro è successo negli ultimi anni, in cui si è mantenuta a livelli accettabili, e più precisamente tra il 2,7% del 2010 e il 4,2% del 2011, mentre per il 2013 è previsto un incremento dei prezzi al consumo pari al 2,7%. Dopo i problemi congiunturali provocati dalla crisi globale, il Consiglio per la Politica Monetaria polacco ha deciso di abbassare progressivamente il tasso di riferimento del sistema economico a partire dalla primavera 2012, passando dal 4,50% al 3,75% fissato a febbraio 2013.

Per quanto riguarda il commercio estero, la Polonia scambia con i Paesi dell'Unione Europea la maggior parte dei propri prodotti, importando circa il 57,2% del totale ed esportando il 76% della produzione. Nonostante una costante crescita delle esportazioni, la Polonia fa registrare comunque un saldo commerciale negativo da diversi anni, bilanciato in parte solo dall'afflusso degli investimenti esteri e dalle rimesse finanziarie effettuate dagli emigrati. A fine 2012 il saldo negativo ammontava a circa 6,6 miliardi di euro.

Secondo gli ultimi dati dettagliati disponibili (fonte Onu-Comtrade), nel 2011 le esportazioni polacche sono ammontate a poco più di 131 miliardi di euro. Tra i principali acquirenti dei prodotti polacchi troviamo la Germania (che è anche il principale partner commerciale e primo fornitore del Paese) con circa il 26% dell'export totale, seguita dal Regno Unito (6,4%), dalla Repubblica Ceca (6,3%) e dall'Italia (5,4%, pari a poco più di 7 miliardi di euro). Tra i prodotti maggiormente esportati si trovano i prodotti alimentari, i prodotti della metallurgia, gli autoveicoli, i prodotti chimici e i prodotti elettronici e ottici.

Nel 2011 l'import si è invece attestato a circa 146 miliardi di euro; tra i principali fornitori troviamo la Germania, con una quota pari al 22%, seguita dalla Russia (12,6%), dalla Cina (8,8%) e dall'Italia, che si attesta in quarta posizione con circa 7,5 miliardi di euro di prodotti esportati in Polonia (pari al 5,1% dell'import polacco). Tra i prodotti più richiesti si trovano i prodotti delle miniere e delle cave, i prodotti chimici, gli autoveicoli, i macchinari e le apparecchiature.

NOVITA'
Macchina Tingibordo
per finitura all'acqua

in vendita esclusiva da: lovato federico - tel. 041 466334

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

DEL BRENTA

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

LE ECCELLENZE DEL GIORGIO LAGO DI CAS

Premiati dalla giuria: Riccardo Donadon, fondatore dell'azienda H-F zetto (giornalismo), i giocatori di rugby Mauro e Mirco Bergamasc e Pordenonelegge per la cultura. Nella sezione speciale dedicata ai gio

Nella suggestiva cornice del Teatro Accademico di Castelfranco Veneto (Tv), lo scorso 6 maggio si è svolta la cerimonia annuale del Premio Giorgio Lago, ambito riconoscimento dedicato all'indimenticabile direttore del quotidiano "Il Gazzettino", scomparso nel 2005.

Promosso dall'Associazione Amici di Giorgio Lago (presieduta da Luigino Rossi), dalla famiglia Lago, dal Comune di Castelfranco Veneto (in collaborazione con l'Università di Padova - Centro Interdipartimentale Giorgio Lago) e Fondazione Giuseppe Mazzotti, il Premio conta sul sostegno di Veneto Banca.

Cinque importanti personaggi del Nordest, scelti dalla giuria nell'ambito del giornalismo, della cultura, dello sport e del no - profit, sono saliti sul palco a ritirare il Premio: Riccardo Donadon, fondatore dell'azienda H-Farm, premiato per la sezione impresa; il giornalista e scrittore Stefano Lorenzetto per il giornalismo; i giocatori di rugby Mauro e Mirco Bergamasco per lo sport; il FAI, Fondo Ambiente Italiano di Padova per il no-profit e Pordenonelegge per la cultura.

Durante la cerimonia sono stati consegnati dei riconoscimenti anche a Giacomo Mazzariol, Barbara Gualano e Sara Santi (studenti delle scuole superiori), che hanno concorso alla prima edizione del Premio Giorgio Lago per i giovani talenti del giornalismo.

NORDEST AL PREMIO TELFRANCO VENETO

Farm (per la sezione impresa), il giornalista e scrittore Stefano Loren-o (sport), il FAI, Fondo Ambiente Italiano di Padova per il no-profit ovani, hanno vinto: Giacomo Mazzariol, Barbara Gualano e Sara Santi

di Diego Mazzetto

Di grande spessore quest'anno l'autore della "lectio magistralis" Paolo Mieli, ex direttore del Corriere della Sera e Presidente di RCS libri. Nel suo intervento Mieli ha approfondito il binomio di "Stampa e Potere", analizzando in maniera approfondita un tema di grande attualità nel panorama nazionale partendo fin dalle radici storiche. Prima di avviarsi alla conclusione, Mieli ha sottolineato il legame tra Giorgio Lago e Luigino Rossi, editore del Gazzettino all'epoca della direzione di Lago e oggi Presidente dell'Associazione Amici di Giorgio Lago. Secondo Mieli "Luigino Rossi fu più di un imprenditore, più di un editore: la nomina di Giorgio Lago come direttore del Gazzettino fu una sfida. Ma Rossi credette nelle capacità del giornalista e insieme determinarono una svolta positiva per il quotidiano". Per Paolo Mieli, Giorgio Lago fu inoltre "non solo un ottimo giornalista, ma un grande intellettuale del Novecento, colui che ci ha fornito le chiavi di lettura per comprendere la complessità del Triveneto".

Luigino Rossi dal microfono ha posto l'accento su "come ogni anno sia sempre più difficile scegliere tra le eccellenze della nostra terra, poiché ci sono veramente numerosi protagonisti che dimostrano quotidianamente una straordinaria voglia di innovazione, con un Nordest ancora fertile terreno di nuove idee". E le parole di

Rossi sono state confermate dai premiati iniziando da Riccardo Donadon che ha rilevato "quanto il territorio sia frizzante e aperto a nuove iniziative imprenditoriali con una cultura d'impresa molto forte e con tantissima attenzione al mondo economico al di fuori dei suoi confini".

Sulla stessa lunghezza d'onda anche Giulio Muratori del FAI di Padova che ha ricordato quanto importante sia oggi vedere con occhi nuovi il patrimonio culturale che ci circonda, a partire dalle ville venete che rappresentano un patrimonio in grado di generare molti posti di lavoro. "Smettiamo di guardarle soltanto come un costo – ha posto l'accento Muratori - e proviamo a vedere queste meraviglie architettoniche come una risorsa da offrire al mondo del turismo".

MODAsrl Via Prov. Nord 114 - Fossò (Ve) Tel. 041466555 www.modasrl.it

MODA

ZERBINATI LUCIANO
Vendita componenti per:
CALZATURE, PELLETTERIE E CONFEZIONI
TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI SOLETTIFICI
RAPPRESENTANTE PER IL VENETO
KENDA FARBEN
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**

Prodotti chimici per calzature e pelli
Shoes and Leather care
Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari
WILBRA
ADESIVI A SOLVENTE: Artiglio-Specol Rn 27 oro - Autofix - Eurokoll
ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea Specoplast - Aquasintex
50 1951-2001
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

RIPARATORE PER CAMOSCIO

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

PRODUZIONE SOTTOPIEDI
E ANATOMICI

P.A.T.
s.n.c. di Volpato Luca & C.

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

Bieffe
TRANCERIA - TAGLIO PELLI

TRANCERIA BIEFFE *di Benvegnù Filippo*
laboratorio via tramazzo, 27/c 30032 Fiesso D'Artico (Ve)
sede fiscale via Verona, 22 - 30032 Fiesso D'Artico (Ve)
telefono 041 5170780
e-mail tranceriabieffe@libero.it - www.tranceriabieffe.it

DUEGI
SCATOLIFICIO

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

FSC
www.fsc.org
FSC® C105845

Organismo accreditato da ACCREDIA

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

a cura di Giambattista Marchetto

APPUNTAMENTI CULTURALI

UN'ESTATE ALL'INSEGNA DEI FESTIVAL

Una BIENNALE TEATRO fatta di opere di alcuni dei maestri della scena contemporanea. Ute Lemper sings Brecht and Weill inaugura il 42. Festival Internazionale del Teatro a La Fenice (2 agosto); Seuls di Wajdi Mouawad e Sunken Red per la regia di Guy Cassiers, due monologhi diversamente intensi e toccanti; Ubu Roi riletto dalla premiatissima coppia Declan Donnellan e Nick Ormerod; El viento en un violín di Claudio Tolcachir, dalla nuova ondata di artisti argentini; Marketplace 76 dell'eclettico Jan Lauwers; Ritter, Dene, Voss con Krystian Lupa alla regia, prova di un teatro d'arte europeo che ha influenzato generazioni di artisti; El año de Ricardo di Angélica Liddell, Leone d'argento per l'innovazione teatrale di questo Festival; 32 Rue Vandenbranden, esempio incisivo del teatro danza di Gabriela Carrizo e dei Peeping Tom; Un nemico del popolo di Ibsen nella trascrizione di Thomas Ostermeier che ha incendiato le platee non soltanto europee. E ancora: Mi Gran Obra di David Espinosa e quattro dei Cinque monologhi sul potere e la violenza di Tim Crouch – Banquo, Calibano, Fiordipisello, Cinna – per la regia di Fabrizio Arcuri. Vera sorpresa del Festival sarà però El polícia del las ratas, adattamento dell'omonimo racconto di Bolaño, che il direttore Àlex Rigola presenterà in prima assoluta a Venezia per la Biennale Teatro. www.labiennale.org

OPERAESTATE FESTIVAL VENETO torna dal 30 giugno a Bassano del Grappa e nelle città palcoscenico per la 33. edizione: oltre 300 serate di spettacolo in due mesi, vagando tra una pedemontana veneta fertile di luoghi ricchi di arte e di storia. Luoghi che accolgono artisti da ogni parte del mondo, produzioni che spaziano dal teatro all'opera, dalla danza alla musica, al cinema d'autore, a testimoniare la cultura come incontro, come presidio irrinunciabile di un territorio che crede ancora nell'arte e nella bellezza. Per la DANZA quest'anno un importante focus sul Quèbec con l'emergente Virginie Brunelle e una una delle artiste più eclettiche della scena mondiale come Marie Chouniard. In un dialogo ideale tra Canada e Italia la presenza diVirgilio Sieni con "Suites Bach" e in prima nazionale "Naveneva" di Naturalis Labor. Grande tango con Miguel Angel Zotto mentre ad interpretare l'incanto architettonico delle Bolle Nardini di Fuksas tocca ques'anno ai catalani La Veronal con "Siena" un'affascinante coreografia ispirata al rinascimento italiano. Vanno in scena anche le restituzioni di alcuni tra i cinque progetti assegnati al festival dall'Unione Europea. Per "Act Your Age", sui temi dell'invecchiamento attivo, da segnalare "Parkin'son" di Giulio D'Anna, emozionante racconto di un figlio danzatore e un padre malato di Parkinson.

Per il TEATRO va in scena invece la sezione "Non ci resta che ridere" con la comicità di denuncia targata Ascanio Celestini ("Discorsi alla Nazione") quella folle di Antonio Rezza ("Fratto_X") e la trascinante empatia di Natalino Balasso ("Stand up"). Attesa poi per il debutto in prima nazionale di Roberto Citran con "Nel nome del padre" di Claudio Fava per parlare di stato e legalità.

Programma denso anche per la MUSICA, intrecciata a doppio filo con l'arte nel progetto "Ekfrasis–storie dell'arte" che oltre al ritorno di Luca Scarlini con due serate inedite, vanta la presenza di un'opera-video firmata da Anagoor e dedicata ad Artemisia Gentilieschi con l'esecuzione dell'orchestra barocca Accademia d'Arcadia. Tra i protagonisti grandi artisti e giovani emergenti da Mario Brunello a Giovanni Andrea Zanon da Lucas Vondracek a Oleg Vereshchagin. Torna anche il "Bassano Jazz Festival" con Terence Blachard, il Trio MediTerre e Tom Harrell. Infine per la lirica d'estate arriva al Castello degli Ezzelini "L'elisir amore" di Donizetti con l'Orchestra di Padova e del Veneto e un cast di giovani e valenti artisti.
www.operaestate.it

N.T.G.

TAGLIO TOMAIE A CAD E CAMBRATURA
INCASTRI E FASCIATURA SUOLETTE
MONOBLOCCHI CUOIO

Via Meucci, 12
Campolongo Maggiore (VE)
TEL. 049 584.69.15
www.ntgitaly.it

S.I.R.MAC SRL

USM

MACCHINE PER CALZATURIFICI
PER CUCIRE
PER PELLETTERIE ED ACCESSORI VARI
OFFICINA RIPARAZIONI
DI QUALSIASI TIPO DI MACCHINA

30030 **FOSSO'**/ Venezia / Zona Industriale III^a^ Str. n. 5
Tel. 041 466062 - Fax 041 466073
E-mail: info@sirmacsrl.it
www.sirmacsrl.it

SPAZZOLATRICE PORTATILE

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

Macchina per applicare strass termoadesivi

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

EURO MINUTERIE SRL

PRODUZIONE E COMMERCIO
MINUTERIE METALLICHE

"Da oltre 30 anni la commerciale al vostro servizio"

EUROMINUTERIE SRL
Via Austria 10/A
35127 Padova Z.I.
Tel. 049.8704170
Fax 049.8704188
www.eurominuterie.com
info@eurominuterie.com

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

www.lanzinastrificio.com

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

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

TAN
Accessori e Tecnologie
per Calzature
TARRAGO
Shoe Care
Eagle
Sottopiedi e plantari
TINA
Lame
MOZART
FINEST IN BLADES
Trincetti
LOCTITE
Adesivi
DEER
Nastri Abrasivi
TAN Company Italia s.r.l.
Centro Direzionale Isola G7, 80143 Napoli
Tel: +39 0817347300 , Fax:+39 0817347120
mail: tancompany@tancompany.com
www.tancompany.com

MAC SHOES S.r.l.
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*

Compriamo rimanenze di pellami, pagamento immediato tel. 0571 22115.

Laboratorio cerca orlatrice con esperienza tel. 049 503459.

Orlatrice cerca lavoro tel. 049 8096547 (Fiorella).

Vendo banco da taglio tel. 333 5225664.

Orlatrice cerca lavoro a domicilio tel. 3475737566 (Sabrina).

Cerco lavoro come tagliatore a mano e con macchina CAD cam Daniele tel. 049 640492.

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

Cerco lavoro come orlatrice a domicilio zona Riviera del Brenta tel. 333 7978125.

Applichiamo strass termoadesivi su pellami e tessuti tel. 049 9800914.

Acquistiamo stock di accessori per calzature e rimanenze di produzione pagamento per contanti tel. 335 7079070.

Cercasi orlatrice massimo 30-40 anni telefonare allo 049 503459 oppure presentarsi presso le Cintur3 a Fiesso d'Artico (Ve).

Vendo macchina da pellicceria Success usata pochissimo euro 480,00 tel. 347 6222556.

Produttore di nastri e rinforzi adesivi-tessuti per calzature e pelletteria cerca agenti plurimandatari tel. 340 7940862.

Cerco macchina scarnitrice usata AV2 tel. 348 6045125.

Operaio specializzato per montaggio a mano, monta fianchi e boette disponibile per lavoro tel. 389 0881086.

Laboratorio albanese è disponibile per lavorazione di intreccio pellame per calzature e pelletteria, ottima manifattura a prezzi convenienti tel. 335 7079070.

Eseguo riparazioni di borse, calzature ed abbigliamento: Roberto 333 6589632.

Affitto negozio/ufficio mq. 35 zona centrale Fosso' (Ve) tel. 335 7079070.

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

Produzione: stringhe per industrie, stringhe appaiate per calzolai e centri commerciali
Cordoncini poliestere , cotone e cerati per bigiotteria e abbigliamento

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

La cornice di un'opera d'arte

incarti
Personalizzati

F.LLI MAGRO®

F.LLI MAGRO s.r.l. Via Toniolo, 28 - 30030 VIGONOVO (VENEZIA) IT - Tel. +39 049 9800388 Fax +39 049 9800377
www.magro.it **info@magro.it**