

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businesshoes.it



Annarita Pilotti alla guida di Assocalzaturifici



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



Primi mesi 2015, segnali di ripresa?

Primi 5 mesi 2015 ancora sottotono per gli acquisti di calzature in Italia. I dati elaborati per Assocalzaturifici dal Fashion Consumer Panel di Sita Ricerca indicano flessioni dello 0,4% in quantità e del 3,2% in spesa su gennaio-maggio 2014, con prezzi medi in ribasso del 2,8%. L'uomo appare il segmento più penalizzato. Recuperi in volume, per quanto lievi, si registrano invece per le calzature per bambini e le sportive/sneakers.

Benché ancora non positivo, il trend della prima parte del 2015 evidenzia almeno la fine della caduta, dopo un biennio caratterizzato da forti contrazioni. Stabili, in particolare, gli acquisti nel bimestre aprile-maggio.

Se i dati più recenti aprono qualche spiraglio circa l'avvio di una lenta ricostituzione dei profili di domanda sul mercato domestico, l'analisi dei risultati 2014 descrive un quadro ancora decisamente in sofferenza. L'anno si è chiuso infatti con riduzioni non trascurabili, in termini di volume (-2,9% sul 2013) ma soprattutto in spesa (-7,2%). Gli acquisti delle famiglie sono scesi a 157,9 milioni di paia, per 6,4 miliardi di euro. Di questi, 46,7 milioni di paia (cioè poco meno del 30%) risultano destinati a consumatori di età superiore ai 54 anni.

E' pari al -14,7% l'erosione complessiva in volume rispetto ai 185,2 milioni di paia acquistati nel 2000. In oltre 1/3 degli acquisti in Italia la scelta cade su una scarpa bassa da passeggio o una sneakers.

Benché ugualmente in calo in termini di quantità assolute rispetto al 2013, le fasce più basse del mercato hanno risentito meno della crisi: per quelle fino a 50 euro/paio le analisi di Assocalzaturifici mostrano una riduzione dell'1,4%; del -3,8% la flessione per la fascia da 50 a 100 euro; prossima al 14% in volume oltre i 100 euro. La gamma più economica è l'unica a guadagnare quote sul totale acquisti.

Segni negativi rispetto al 2013 si sono registrati sia negli acquisti a prezzo pieno che per quelli in promozione (sempre più diffusi durante tutto il corso dell'anno e non solo nel canonico periodo dei saldi), che hanno subìto riduzioni inferiori alla media (-2,7% in volume). Per effetto di ciò, il peso di sconti/svendite/saldi, già superiore al 50% sulle vendite complessive, si è ulteriormente accresciuto. Malgrado il trend sfavorevole, anche nel 2014 il mercato nazionale ha rappresentato per le aziende italiane – con circa 29 milioni di paia ad esso destinate – il 3° mercato di sbocco più importante in volume, dopo Francia e Germania.

Federico Lovato







N. 5 ANNO II - Bimestrale luglio agosto 2015

BUSINESS SHOES magazine

Federico Lovato Nicola Brillo Diego Mazzetto Erica Trincanato 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 stampeviolato Bagnoli di Sopra (Padova)

3 EDITORIALE. Primi mesi 2015, segnali di ripresa?

TLANTE. Brevi dal Mondo

🖁 PILOTTI. Tutela del Made in Italy tra gli obiettivi primari

ASSOCALZATURIFICI. Il ritratto della nuova presidente

12 ACRiB. Ultima assemblea prima della fusione

PREMIO CAMPIELLO. Selezionata la cinquina finalista

ZU STORYTELLING. Comunicare il Made in, opportunità di crescita

24 POLITECNICO. Diplomati i nuovi designer

28 GDS. In passerella le nuove tendenze estive 2016

32 BELGIO. ICT e rinnovabili trainano l'economia

MERCATINO. Tutte le occasioni



Seguiteci anche sul nostro sito internet www.businesshoes.it







Il sistema Padova esporta eccellenze nel Centro e Nord Europa

In collaborazione con il Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta, Padova Promex - azienda speciale della Camera di Commercio di Padova – è impegnata in una serie di iniziative che rientrano nel progetto "Come to Padova and Discover Expo 2015", volte a favorire la conoscenza dell'eccellenze del territorio (dal punto di vista imprenditoriale, territoriale, culturale e artistico) agli operatori esteri che giungono in Italia in occasione di Expo Milano. Una dettagliata nota informativa sarà rivolta ad un pubblico business, sensibile e desideroso di "Italian Life Style", proveniente da regioni extraeuropee come Giappone, America e Canada. A fine luglio 2015 il "Sistema Padova" avrà in particolare l'opportunità di richiamare l'attenzione di buyers del Centro e Nord Europa, della Russia e dell'area Orientale, in visita alla edizione estiva di "GDS International Trade Fair" di Düsseldorf. Con un info-point dedicato, il "Sistema Padova" ed i Calzaturieri della Riviera del Brenta accoglieranno i visitatori nel principale padiglione della fiera. L'azione promozionale "Come to Padova and Discover Expo 2015" si rivolge ad aree di interesse per l'internazionalizzazione delle PMI manifatturiere vocate a prodotti di alta qualità e design, testimoni di un maggior valore aggiunto ineguagliabile, che deriva loro anche dall'appartenenza ad un territorio ricco di storia, arte e cultura, che operatori da tutto il mondo ambiscono a sperimentare.



Allinone, ecco il primo prodotto a marchio Consorzio Vera Pelle

In raffinata pelle conciata al vegetale naturale, la borsa Allinone associa la funzionalità di una borsa da lavoro al design esclusivo di un prodotto artigianale. Nasce dal progetto Allinone di Edoardo Passi, vincitore del concorso internazionale di design PELLE+ promosso dal Consorzio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale. Creata per essere sempre attuale, è una borsa dalle linee essenziali e geometriche costruita con materiali della migliore qualità tanto eleganti quanto resistenti, prodotta in edizione limitata ed esclusiva. Realizzata in vera pelle conciata al vegetale nelle concerie toscane, la borsa è disponibile in un'unica nuance naturale, nel tipico colore che dona alla pelle la tradizionale concia con estratti di piante ed è impreziosita da interni in canapa e da una cerniera doppia in metallo. Le due comode tasche esterne con chiusura calamitata consentono di riporre agevolmente documenti di formato A4, mentre l'interno risulta particolarmente capiente e funzionale grazie alla presenza di un pratico scomparto con cerniera e cinghie regolabili. Allinone è la soluzione ideale per gli uomini e le donne che desiderano una borsa che sappia mantenere inalterato nel tempo il suo valore, arricchendosi con le tracce del proprio vissuto. La borsa viene messa in produzione al momento dell'ordine; per questo le Allinone sono numerate e personalizzabili con le iniziali dell'acquirente. Allinone è una borsa da collezione, in edizione limitata, realizzata in soli 100 pezzi.



Made in Italy, in crescita le esportazioni verso la Cina

Nell'ambito delle attività promozionali del laboratorio Asia e Paesi Emergenti e sulla base di una nuova strategia di internazionalizzazione in Cina, Assocalzaturifici ha organizzato una collettiva di aziende italiane di calzature e accessori a Pechino. La collettiva ha rappresentato un'occasione per rafforzare la presenza del Made in Italy in Cina e continuare nella strategia di approfondimento delle relazioni commerciali con il Paese, che rimane un mercato prioritario per il settore. Tale interesse per il mercato cinese è dimostrato dai dati relativi all'export di calzature italiane nel paese che ha mostrato, anche nel 2014, segni positivi sia in quantità che in valore. In particolare, rispetto al 2013, il volume delle esportazioni di calzature italiane in Cina ha raggiunto la soglia di 1,7 milioni di paia (+1,3% rispetto al 2013) e generando un volume d'affari di 202,4 milioni di euro (+10,2%). Se si considera l'aggregato Cina + Hong Kong, nel 2014 il totale export di calzature italiane è stato pari a 4,2 milioni di paia (+6% rispetto al 2013), generando un valore di 512,6 milioni di euro (+17,7%). L'aggregato Cina+Hong Kong è risultato, così, nel 2014 il 6° mercato in valore, con una quota del 6,1% sul totale export italiano, e il 12° mercato in volume, con una quota pari all'1,9%. Anche il prezzo medio ha registrato un aumento a due cifre: 122,73 euro al paio (+11% rispetto al 2013). Lo stesso trend di crescita è confermato dai primi tre mesi del 2015: l'export di calzature italiane verso l'aggregato Cina+Hong Kong è stato pari a circa 1,2 milioni di paia, in aumento del 3,8% rispetto all'analogo periodo del 2014, per un valore pari a oltre 150 milioni di euro, in aumento del 23,1%. Questo significa che, nonostante il momento non brillante dell'economia internazionale e nonostante le prime flessioni nel tasso di crescita del PIL del colosso asiatico, il trend delle esportazioni di calzature italiane nei primi 3 mesi del 2015 mantiene lo stesso trend di crescita, leggermente inferiore in volume ma superiore in valore rispetto ai tendenziali 2014.





Annarita Pilotti, amministratore delegato dell'azienda marchigiana Loriblu è stata eletta ad ampia maggioranza nuovo presidente di Assocalzaturifici per il quadriennio 2015-19. Succede a Cleto Sagripanti (eletto alla presidenza della Confederazione Europea della Calzatura) ed è la prima donna a ricoprire l'incarico di presidente dei produttori italiani di calzature. Business Shoes ha chiesto ad Annarita Pilotti di definire i punti salienti del suo programma che inizia il percorso in un momento delicato per l'economia e per la manifattura italiana.

"Tra gli obiettivi principali di Assocalzaturifici – afferma Annarita Pilotti – c'è sicuramente la promozione e lo sviluppo delle piccole, medie e grandi aziende calzaturiere italiane. È quindi necessario costruire nuove occasioni di crescita, partendo dai punti di forza del calzaturiero italiano: il saper fare, la creatività, l'eccellenza manifatturiera, l'innovazione tecnologica, le tradizioni, le competenze e le specializzazioni dei distretti produttivi.

Per questo uno dei punti fermi della mia presidenza sarà la tutela del Made in Italy e in generale la protezione dei prodotti e dei produttori italiani. Occorre rafforzare le attività di rappresentanza e puntare al coinvolgimento sistematico e non più frammentario delle Istituzioni, chiedendo una posizione chiara, efficace e autorevole sui temi più importanti, in particolare l'etichettatura di origine obbligatoria, il Made In, che ci vede in primo pia-



PILOTTI A *BUSINESS SI MADE IN ITALY* TRA GI

La nuova presidente di Assocalzaturifici risponde alla nostre do punti fermi della mia presidenza sarà la tutela del Made in Italy e





HOES: LA TUTELA DEL LI OBIETTIVI PRIMARI

mande sul futuro della calzatura in Italia e nel mondo: "Uno dei in generale la protezione dei prodotti e dei produttori italiani" di Diego Mazzetto

no a Bruxelles per tutelare gli interessi dei consumatori europei e delle piccole e medie imprese, che hanno bisogno di un riferimento unico come l'Associazione per far sentire la propria voce.

La tutela del Made in Italy passa necessariamente attraverso azioni di lotta alla contraffazione e di tutela della salute e dell'innocuità dei prodotti. In questo senso va assolutamente valorizzata un'eccellenza come il CIMAC - Centro Italiano di Materiali Applicazione Calzaturiera - per sviluppare attività collegate alla ricerca, all'innovazione e alla tecnologia.

Per sviluppare il Made in Italy è necessario guardare oltre, verso nuovi l'internazionalizzazione mercati: deve essere motivo di crescita per le imprese e sarà al centro delle azioni della presidenza, sollecitando l'attenzione dei Ministeri competenti affinché i loro interventi siano più mirati, concreti e vicini alle attese del settore. È necessario lottare per un quadro internazionale di reale competitività per le nostre imprese, in cui siano accresciute le azioni antidumping, sia disciplinato il rispetto universale delle regole commerciali - specialmente riguardo ai dazi doganali - e siano potenziate le misure a contrasto della contraffazione delle produzioni. Si prevede inoltre di attivare un monitoraggio continuativo e sistematico dei mercati più dinamici ed emergenti e di trovare nuovi motori di crescita, primo tra tutto l'e-commerce.

Proprio a supporto di questo processo di internazionalizzazione, è





fondamentale il ruolo di theMI-CAM, manifestazione leader per il settore per la quale è necessario portare avanti una rivalutazione per rafforzare la sua leadership a livello globale e il suo ruolo quale punto di riferimento per la fashion community internazionale. Verranno resi partecipi in questa evoluzione lo staff, gli imprenditori e le associazioni territoriali, affinché tutto il settore sia coinvolto da protagonista nella valorizzazione di questo importante strumento di sviluppo per le imprese, potenziando anche importanti sinergie con tutto il comparto fashion italiano.

Per valorizzare la ricchezza della tradizione manifatturiera italiana, è necessario investire sulla formazione per un comparto che spesso fatica a reperire e far crescere profili professionali adeguati. La formazione è, infatti, una strategia di politica industriale, in grado di contribuire alla crescita complessiva del settore. Occorre trasferire competenze e abilità per qualificare e specializzare professionalità indispensabili a mantenere e accrescere il nostro livello competitivo, coinvolgendo i Centri di Eccellenza di formazione calzaturiera tra cui il Politecnico Calzaturiero, la Fondazione ITS nelle Marche e il Cercal, oltre a continuare a lavorare con il mondo della scuola a livello sia territoriale sia nazionale.

Occorre inoltre chiedere con forza alle Istituzioni la riduzione del costo del lavoro e agevolazioni per le aziende che investono in ricerca e innovazione come elementi strutturali della propria crescita. Per razionalizzare gli investimenti, sono da sostenere sia la costruzione di reti d'imprese sia l'attuazione di progetti focalizzati a Paesi o obiettivi precisi, per unire eccellenze che difficilmente possono essere impresse dalle singole aziende. Lo stile della presidenza sarà all'insegna dell'ascolto degli associati e della condivisione, anche attraverso la creazione di un forum interattivo, in cui tutti gli associati potranno intervenire e avere un collegamento diretto a meeting, convenzioni, promozioni e comunicazioni.

Le parole chiave saranno concretezza e collaborazione: già nelle prime settimane del mandato è stato intrapreso un tour tra i distretti italiani per cogliere le reali necessità e insieme trovare soluzioni efficaci con un atteggiamento positivo e di ottimismo".



EX POLIZIOTTA, ANNARITA PILOTTI È LA PRIMA DONNA PRESIDENTE

Annarita Pilotti è nata a Penna San Giovanni (MC) nel 1958. Quando suo padre viene a mancare, aiuta la mamma presso la stazione di rifornimento di benzina di cui la sua famiglia è titolare. Diplomata all'Istituto Magistrale ha iniziato a insegnare come maestra d'asilo. Nel proprio paese natale ha trovato il suo primo impiego in una scuola privata; successivamente, vincendo il concorso pubblico, è stata assegnata alla

scuola pubblica di Civitanova Marche (MC). All'età di venticinque anni partecipa ad un concorso per entrare in polizia: sarà una delle pochissime donne, tra gli oltre centomila concorrenti in tutta Italia, a ottenere il posto. Alla fine di tutte le prove di selezione è la settantesima a livello nazionale, prima nelle Marche. Il suo lavoro di poliziotta inizia a Vicenza, comprende poi un'esperienza come agente di scorta ai magistrati palermitani, prima di essere trasferita a Civitanova Marche (MC).

Nel 1990 si sposa e ha quattro

figli. Nel 1995 lascia la polizia ed entra nell'azienda fondata dal marito Graziano Cuccù, conducendola insieme a lui alla leadership nel settore delle calzature di lusso. Attualmente è alla guida insieme al marito del calzaturificio Loriblu. Si occupa dell'ufficio commerciale, di internazionalizzazione e rapporti con i Paesi esteri (ha iniziato con la Russia quando ancora il sistema sovietico era molto rigido). L'ex Unione Sovietica è stato poi il mercato trainante per il settore calzaturiero e non solo. Non si è fossilizzata con la Russia ma è andata alla scoperta di nuovi mercati come gli Emirates. È andata in Brasile con il problema dei dazi doganali ed ha creduto nella Cina aprendo uno showroom a Shanghai e una boutique a Pechino. Si occupa inoltre del marketing e della comunicazione. Annarita Pilotti è stata proclamata il 9 giugno 2015 Presidente di Assocalzaturifici. È la prima presidente donna della storia dell'associazione. Con la sua azienda sostiene molti progetti di solidarietà, a sostegno di istituzioni, ospedali e associazioni umanitarie



del territorio, e collabora con scuole e università per la formazione dei giovani. Inoltre, con la sua azienda ha ideato e realizzato vari progetti a carattere sociale e formativo che l'hanno vista collaborare con prestigiosi enti e istituzioni. Tra il 2013 e 2014 Pilotti ha tenuto a battesimo il progetto Botteghe di Mestiere, in collaborazione con Italia Lavoro (Ministero del Lavoro) e Regione Marche, iniziativa dedicata alla formazione nell'ambito dell'artigianato Made in Italy, che ha l'obiettivo di formare giovani tra i diciotto e i ventotto anni in cerca di occupazione, attraverso percorsi di tirocinio on the job nella manifattura di qualità. Nel 2013 Annarita Pilotti ha promosso, organizzato e realizzato *Arte d'Impresa*, concorso di design per la realizzazione di progetti grafici per calzature gioiello da donna riservato agli allievi delle scuole di tutta Italia. Loriblu ha premiato con delle borse di studio i quattro studenti più meritevoli, ed ha ospitato la vincitrice per uno stage formativo all'interno dell'ufficio stile. Nel maggio 2012, Annarita Pilotti ha lanciato il progetto

"Donna = Salute", un'iniziativa di alto valore etico dedicata a tutte le donne impiegate nella propria azienda.

Annarita Pilotti ha inoltre intrapreso diverse iniziative per migliorare la vita lavorativa dei propri dipendenti all'interno dell'azienda: ha creato spazi comuni e di aggregazione all'interno dello stabilimento produttivo. È, infatti, presente una cucina con un'area relax. E' presente anche una piccola palestra, dove sono stati organizzati dei corsi post lavoro di ginnastica. L'azienda ha poi introdotto al suo interno una

psicologa che è costantemente vicina ai dipendenti, li affianca nella propria vita lavorativa e li assiste per eventuali problemi. La figura è stata introdotta inoltre per favorire l'integrazione multietnica dovuta all'inserimento nell'organico di personale extracomunitario e avvicinare così culture differenti.

Per diversi anni i figli dei lavoratori sono stati assunti in azienda nel periodo estivo. Questo non solo per garantire loro un guadagno economico durante il fermo scolastico ma per avvicinare i ragazzi alla realtà lavorativa familiare, permettendo loro di stare a stretto contatto con il lavoro dei propri genitori.



ACRIB, ULTIMA ASSEMBLEA PRIMA DELLA FUSIONE CON CONFINDUSTRIA

"La forza della fusione" è stato questo il titolo scelto per l'Assemblea Generale che l'Associazione dei Calzaturifici della Riviera del Brenta ha svolto il 9 luglio scorso presso il Centro Congressi Hotel Sheraton di Padova. Si tratta infatti dell'ultima assemblea prima della fusione con Confindustria Venezia, che avverrà nei prossimi mesi. Questo permetterà ad ACRiB di usufruire di tutti i servizi messi a disposizione dalla confederazione nazionali degli industriali, ma garantirà allo stesso tempo la totale indipendenza. I dati del 2014 confermano infatti una tenuta del settore: 522 aziende, 10.043 addetti, 19,42 milioni di paia realizzate per un fatturato di 1,865 miliardi di euro. Nonostante le difficoltà economiche i numeri espressi dalla Riviera del Brenta nel 2014 sono sostanzialmente positivi, grazie ad un'importante internazionalizzazione dei prodotti. I calzaturifici del Brenta rappresentano il 51,4% del fatturato veneto e il 13,2% di quello italiano. L'export è pari al 91% di quanto prodotto.

"Sono i numeri di Acrib e ce n'è abbastanza per essere soddisfatti, siamo tornati ai numeri pre-crisi – osserva Siro Badon, presidente ACRiB – tuttavia, sono molto preoccupato per il futuro. I cambiamenti in atto nei mercati mondiali, e la rapidità con cui avvengono, non possono che darci da pensare. Guardando al futuro, questi segnali impongono una serie di azioni urgenti: non bisogna cedere a compromessi sulla qua-



lità e sul prezzo, occorrono creatività, innovazione (non tanto di linee quanto di servizi, canali distributivi e comunicazione) e nuove figure professionali".

Atteso anche il saluto di Annarita Pilotti, nuova presidente di Assocalzaturifici (eletta anche grazie al voto in consiglio nazionale degli imprenditori della Riviera del Brenta), di Matteo Zoppas Presidente di Confindustria Venezia, e la relazione del sociologo Enrico Finzi presidente di Astra.

Per la neo presidente di Assocalzaturifici Annarita Pilotti l'asset più importante delle aziende sono i propri dipendenti e le loro capacità: "La nostra più grande ricchezza è il capitale umano, i lavoratori qualificati di ogni livello, per questo dobbiamo anche impegnarci sul fronte dell'orientamento professionale e scolastico, per far sì che sempre più giovani scelgano la strada degli istituti tecnici".

Pilotti ha poi ribadito il suo impegno e priorità durante il suo mandato: "Dobbiamo insistere per il riconoscimento giuridico del Made in Italy, ma anche per snellire i procedimenti amministrativi: la troppa burocrazia è una vergogna per il nostro Paese". Ha infine comunicato che "le date del Micam scelte dalla Fiera di Milano per l'edizione 2015 è inaccettabile. Per il 2016 abbiamo ottenuto la partenza almeno



al 3 settembre".

"Quando si discute con gli industriali di New York e si chiede quali siano le realtà produttive italiane che conoscono e con cui preferiscono lavorare, l'Associazione Calzaturifici della Riviera del Brenta è subito in cima alla lista, perché qui si trova almeno la metà del tanto apprezzato Made in Italy", ha detto Matteo Zoppas durante il suo discorso.

Durante l'assemblea dell'ACRiB sono stati premiati due imprenditori che hanno fatto la storia della calzatura della Riviera del Brenta: Lorenzo Masiero e Lorenzo Michielon.

Sono stati inoltre premiati i calzaturifici B.Z. Moda srl e Rossimoda Spa che si sono distinti per aver mantenuto il sistema SGSL (Sicurezza in azienda) in maniera esemplare per l'anno 2014.

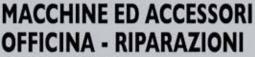












ASSISTENZA per calzaturifici

per pelletterie per cucire





ARMIDA

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



PREMIO CAMPIELLO, SELEZIONATA LA CINQUINA FINALISTA



Dopo la selezione avvenuta lo scorso maggio al Palazzo del Bo a Padova, l'estate ha visto un susseguirsi di incontri in dodici città italiane con i cinque finalisti della 53ma edizione del Premio Campiello, il cui vincitore sarà proclamato il prossimo 12 settembre al Teatro La Fenice di Venezia.

La Giuria dei Letterati ha votato al primo turno: con sette voti *La mappa* (Il Saggiatore) di Vittorio Giacopini; con sei voti *L'ultimo arrivato* (Sellerio) di Marco Balzano; con sei voti *Cade la terra* (Giunti) di Carmen Pellegrino; con sei voti *Il tempo migliore*

della nostra vita (Bompiani) di Antonio Scurati. Al quinto turno è stato votato con sei preferenze Senti le rane (Nottetempo) di Paolo Colagrande. La selezione è avvenuta su un ventaglio di settantanove libri segnalati dalla Giuria dei Letterati, tra i circa 250 pervenuti alla segreteria del Premio.

Come da tradizione, un folto parterre di ospiti istituzionali ha atteso la votazione della Giuria, presieduta quest'anno dal politologo e saggista Ilvo Diamanti e composta da autorevoli personalità del mondo letterario e accademico: Federico Bertoni, Riccardo Calimani, Philippe Daverio, Chiara Fenoglio, Paola Italia, Luigi Matt, Ermanno Paccagnini, Silvio Ramat, Patrizia Sandretto Re Rebaudengo.

Ilvo Diamanti ha dichiarato: «Ringrazio il Premio Campiello per avermi scelto come Presidente della Giuria. Non sono un letterato, ma proprio per questo credo di aver contribuito a garantire il punto di vista del lettore non specializzato. Allo stesso tempo, da studioso della società, da chi è abituato ad analizzare la realtà attraverso il campione rappresentativo fatto di numeri e percentuali, posso dire che la lettera-





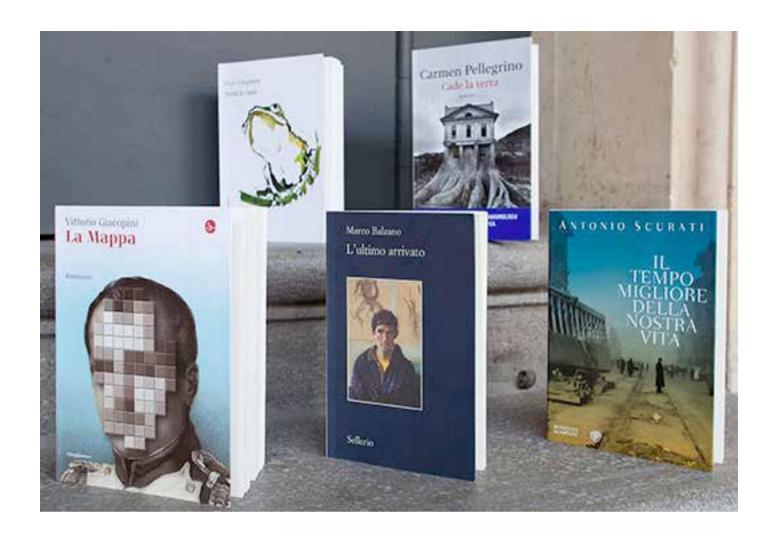
tura offre la possibilità di trasformare la grande storia in singole storie, di vederle da dentro, nella loro profondità». Roberto Zuccato, Presidente della Fondazione Il Campiello e di Confindustria Veneto, ha dichiarato: «L'Italia sta attraversano una fase importante, abbiamo finalmente imboccato la strada della ripresa - anche se il cammino è ancora lungo - e siamo nell'anno dell'Expo. In questo percorso di rilancio la cultura gioca un ruolo fondamentale, è il "cibo" che più di ogni altro continua a nutrire e a dare energia al nostro Paese, apprezzata in tutto il mondo per il suo straordinario patrimonio. Per questo da tempo noi imprenditori veneti crediamo profondamente nel valore che il fattore culturale può dare all'economia e al Bello e Ben Fatto italiano. Lo abbiamo sottolineato di recente nel Manifesto del Nuovo Manifatturiero - un nuovo modo

d'intendere l'industria basata su capitale umano innovativo, nuove tecnologie, territorio e cultura - e lo dimostriamo da cinquantatré anni promovendo il Premio Campiello. Oltre ad essere tra i premi letterari più autorevoli, il Campiello è, infatti, uno dei progetti di dialogo tra impresa e cultura meglio riusciti in Italia, ad ogni edizione impegnato a diffondere la lettura su tutto il territorio nazionale e tra le giovani generazioni».

Nel corso della Cerimonia, la Giuria dei Letterati ha assegnato il riconoscimento Premio Campiello Opera Prima al libro di esordio *La vita prodigiosa* di Isidoro Sifflotin (Feltrinelli) di Ianniello Enrico con la seguente motivazione: «E' tra fine anni 70 e inizio anni 80 a Mattinella, Irpinia, che scorre l'infanzia felice di Isidoro Raggiola soprannominato Sifflotin per il dono di un fischio prodigioso in gra-

do di supplire all'incubo della perdita della parola in seguito al terremoto e alla perdita dei familiari. Una famiglia magica, in cui si respira un sapore di "Pane amore e fantasia", con genitori eternamente e fanciullescamente innamorati. Una vita che Isidoro narra retrospettivamente, miscelando lingua, dialetto, espressioni popolari, suoni onomatopeici. Ne scaturisce un andamento insieme fiabesco e realistico, calibrato su personaggi strani e stralunati e situazioni ora grottesche, ora comiche, ora poetiche e surreali. Un racconto di scanzonata oralità, calato in una gioia del raccontare e in una scrittura che si fa insieme lieve e densa, perché commossa».

Spetta ora alla Giuria dei Trecento Lettori scegliere il vincitore che, come sottolineato all'inizio, sarà proclamato sabato 12 settembre al Teatro La Fenice di Venezia. I Giurati



sono selezionati su tutto il territorio nazionale in base alle categorie sociali e professionali, cambiano ogni anno e i loro nomi rimangono segreti fino alla serata finale.

Il Premio Campiello, istituito nel 1962 dagli Industriali del Veneto, è promosso e gestito dalla Fondazione Il Campiello, composta dalle sette Associazioni Industriali del Veneto e dalla loro Confindustria regionale. E' la più importante iniziativa in campo culturale promossa da Confindustria Veneto e rappresenta uno dei pochi casi di successo in Italia di connessione concreta e strategica tra mondo dell'impresa e della cultura. Nel corso degli anni il Premio ha raggiunto il vertice delle competizioni letterarie italiane. La 53[^] edizione del Premio Campiello è realizzata sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e con il patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali;



riceve il patrocinio e il sostegno della Regione del Veneto ed è resa possibile grazie al concorso di: Banca Popolare di Vicenza, Eni, Manpower Group, Assicurazioni Generali, Gruppo Save, Fiera di Vicenza, Anthea, Permasteelisa Group, Adacta Studio Associato, Fiamm; in collaborazione con MUVE – Fondazione Musei Civici Venezia e Grafiche Antiga.





STRINGHIFICIO SERRANO

the innovation company

Produzione: stringhe per industrie, stringhe appaiate per calzolai e centri commercial cordoncini poliestere, cotone e cerati per bigiotteria e abbigliamento





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

STORYTELLING, COMUNICARE IL MADE IN UN'OPPORTUNITÀ PER LA CRESCITA

Se fosse un brand, sarebbe il terzo al mondo secondo il motore di ricerca Google. Se fosse valorizzato dalle aziende nella comunicazione e nel marketing sarebbe un'opportunità unica di crescita, da non sprecare. Nella sua Assemblea annuale, il Gruppo Giovani di Assocalzaturifici, l'Associazione di Confindustria che riunisce le aziende del settore calzaturiero, continua il suo percorso nelle nuove strategie di valorizzazione dell'eccellenza calzaturiera italiana, mettendo al centro il valore del "Made in Italy" e le sue potenzialità per le aziende come strumento vincente di comunicazione e marketing.

"Come Gruppo Giovani dell'Associazione ci sentiamo responsabili del grande patrimonio di qualità e conoscenze che ci hanno trasmesso, rispetto al quale crediamo sia necessario innanzitutto prendere coscienza per poi sfruttarlo come leva competitiva - afferma Gilberto Ballin, Presidente Gruppo Giovani Assocalzaturifici. L'obiettivo del nostro incontro è individuare strategie virtuose a sostegno della competitività delle imprese del sistema calzaturiero, con particolare attenzione al ruolo dei social e delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione. Abbiamo voluto per questo dialogare anche con altri esempi significativi di brand Made in Italy provenienti da altri settori per confrontarci con esempi concreti in cui la capacità di raccontare e di trasmettere la grandezza della tradizione, dell'eccellenza e della qualità del ben fatto italiano sono stati al centro del successo mondiale del



marchio".

Dopo il saluto della presidente di Assocalzaturifici Annarita Pilotti e l'introduzione di Gilberto Ballin, Presidente Gruppo Giovani Assocalzaturifici, è stato presentato un tributo a Carlo Pompei, fondatore recentemente scomparso della più importante azienda al mondo per la fabbricazione ed il noleggio di calzature per il cinema, il teatro e la tele-

visione. Il video intende omaggiare uno dei grandi esempi di sinergia tra la tradizione calzaturiera italiana e il mondo del cinema e dello spettacolo, un esempio di incontro tra due grandi eccellenze che ha portato alla realizzazione sia di calzature in serie sia di preziosi modelli unici e su misura per attori, attrici e cantanti lirici per grandi produzioni come Quo Vadis? e il Gattopardo, fino ai



più recenti Grand Budapest Hotel e Pirati Dei Caraibi.

Il prof. Noci, Prorettore del Politecnico di Milano, ha poi proposto una riflessione sul grande potenziale del sistema industriale italiano ("Made in Italy: una opportunità per crescere da non sprecare"), che é in grado di realizzare prodotti e tecnologie di assoluta eccellenza, come testimoniato da numerose indagini a livello internazionale, ma che non riesce a scommettere fino in fondo sui suoi cavalli vincenti e ad ottenere il massimo da un valore che pure gli viene riconosciuto a livello intenzionale. La motivazione principale analizzata dal prof. Noci è in particolare la mancanza di una consapevolezza adeguata e matura sul ruolo che

il marketing e, più in generale, lo

storytelling di marca hanno nel con-

testo competitivo attuale e globale.

Se dal punto di vista del prodotto

c'è infatti un'attenzione massima al dettaglio e alla qualità, le imprese italiane spesso hanno invece intrapreso scelte incoerenti rispetto ai tratti distintivi del Made in Italy. Un elemento vincente potrebbe ad esempio essere quello di far rientrare nel racconto aziendale i progetti di riallocazione in Europa e in Italia, un fenomeno che da qualche tempo inizia ad interessare il manifatturiero italiano e che certamente il mercato percepisce in maniera positiva.

È quindi fondamentale individuare delle strategie virtuose a sostegno del sistema calzaturiero, dando particolare attenzione al ruolo che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Internet, smartphone, tablet, ...) possono giocare a sostegno della competitività delle imprese.

In questa partita la logica di dialogo e di sistema è assolutamente importante e per questo l'evento propone un confronto con alcuni esempi significativi di brand Made in Italy provenienti da altri settori che hanno saputo investire su qualità, eccellenza ma anche su marketing, comunicazione e digital per affermarsi come leader sui mercati internazionali, anche in paesi complessi come quelli del Far East.

Andrea Ghizzoni, CEO WeChat Italia, ha poi parlato della strategia aziendale in Italia e, da un osservatorio privilegiato e internazionale come WeChat, ha offerto alcuni suggerimenti su come le imprese italiane possono efficacemente valorizzare il loro potenziale in Cina. Antonio Ghini, Direttore Museo Enzo Ferrari, ha illustrato invece come Ferrari sia riuscita a diventare un'icona indiscussa del Made in Italy e su come sia stata capace di costruire, raccontare e comunicare il suo mito.



SUOLIFICIO G&B

Zona Industriale - via IV strada,7 Fossò (Ve) - Tel. 041 5161000 suolificiogeb.wordpress.com - e-mail: lucio@suolgeb.com









GRANDI SUCCESSI PER I GIOVANI DEL POLITECNICO CALZATURIERO

A fine giugno presso il Politecnico Calzaturiero si è tenuta la cerimonia di premiazione degli studenti che hanno completato il terzo anno di specializzazione della Scuola di Design e Tecnica della Calzatura

A fine giugno presso il Politecnico Calzaturiero si è tenuta la Cerimonia di premiazione degli studenti che hanno completato il terzo anno di specializzazione della Scuola di Design e Tecnica della Calzatura. Hanno partecipato all'Accademico 2014-2015 181 giovani di cui 14 provenienti da altri paesi Europei (Germania, Portogallo, Polonia, Spagna) ed Extraeuropei (Russia, Nigeria, India, Bolivia). Tra gli studenti che hanno frequentato i corsi una parte considerevole possedeva già una laurea (38) o un diploma (136).

Il presidente Franco Ballin nel suo intervento di apertura ha ringraziato gli allievi che hanno frequentato la scuola con entusiasmo, determinazione, i docenti che con grande passione continuano a trasmettere i loro saperi e le aziende del distretto che supportano il Politecnico fornendo materiali, spazi di lavoro e supporto tecnico.

Ha ricordato che l'Anno Accademico appena concluso è stato molto positivo sia in termini quantitativi con un aumento degli allievi iscritti, un trend che prosegue da alcuni anni e che è molto vicino ai massimi storici della Scuola, sia dal punto di vista qualitativo con la diversificazione dell'offerta formativa e l'introduzione di nuovi moduli didattici finalizzati ad innovare i programmi ed avvicinare i giovani alle dinamiche operative aziendali.

Ha concluso, infine, augurando-



si che il Politecnico Calzaturiero diventi sempre più il luogo di incontro e il nuovo laboratorio di sviluppo di questo distretto, ove confluiscano imprenditori, designer, studenti del mondo".

La cerimonia è continuata con la premiazione degli studenti più meritevoli ed in particolare si sono distinti: Andrea Penazzato di Vigonovo (VE) che ha partecipato al corso di progettazione concettuale ed ha ricevuto la medaglia d'oro di Assocalzaturifici per avere realizzato un progetto che si è distinto "per la ricerca, l'espressione concettuale, l'ambientazione e la comunicazione" e Marco Tacchetto di Noventa Padovana (PD) che ha partecipato al corso di industrializzatore di strutture e modelli ed ha ricevuto la medaglia d'oro di Assocalzaturifici per "le capacità tecniche dimostrate e per la com-





pleta assimilazione dei contenuti del corso".

Per gli ottimi risultati hanno ottenuto un riconoscimento, anche, Hortopan Jeanin Ilie di Camposampiero (PD), Businaro Alessandro di Cassola (VI), Dose Annemie di Bluh (Germania), Walter Ballon di Montebelluna (TV). Infine, i premi dei concorsi BASF e ICF Forestali sono andati a Poletto Luca di Sambruson (VE), Malagò Martina di Fiesso D'Artico (VE), Piovan Stefania di Campolongo Maggiore (VE), Meneghetti Vittorio di Sant'Angelo di Piove di Sacco (PD), Ruffato Enrico di Dolo (VE), Sette Chiara, di Solesino (PD), Sorgato Giorgia di Vigonovo (VE)

Molti di questi giovani hanno già trovato lavoro o hanno migliorato la propria posizione all'interno delle aziende dimostrando che il settore calzaturiero in Riviera del



Brenta presenta un trend di occupabilità ancora molto positivo, sia per profili che presidiano l'area della progettazione che per profili con competenze di alta manifattura.

Il Politecnico non riesce a formare tutti i giovani che servirebbero alle aziende, e proprio per questo a maggio ha avviato un nuovo progetto, nell'ambito del Programma "Garanzia Giovani" che prevede la formazione e l'inserimento attraverso tirocini di 162 giovani non occupati nelle Aziende della Moda Calzatura ed Abbigliamento.

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

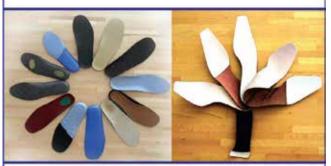




Nastrotex-Cufra Spa Via S.S. Soncinese 498, 2 Covo (Bg) Tel. 0363 938167 Fax 0363 93798 www.nastrotex-cufra.it

PRODUZIONE SOTTOPIEDI E ANATOMICI





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



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



GDS, SULLE PASSERELLE 900 MARCHI PRESENTANO LE COLLEZIONI PER IL 2016

Dal 29 al 31 Luglio scorso il mondo calzaturiero internazionale si è incontro a Düsseldorf per la 120^a edizione della GDS - Global Destination for Shoes & Accessories



Dal 29 al 31 Luglio scorso il mondo calzaturiero internazionale si è incontrato a Düsseldorf alla 120a GDS - Global Destination for Shoes & Accessories. Ben 900 marchi calzaturieri hanno presentato le loro collezioni per la stagione Primavera/Estate 2016.

La GDS punta in primo luogo sull'informazione e sull'ispirazione. "Le nostre misure sono orientate specificamente alle esigenze dei visitatori, per dar loro una panoramica completa sulle tendenze, collezioni presentate e fornitori" - dichiara Werner Matthias Dornscheidt, Direttore Generale della Messe Düsseldorf. "Data l'attuale

situazione di mercato è più importante che i commercianti ora accrescano la loro visibilità. Qui noi offriamo molto di più che solo impulsi per l'assortimento dei loro prodotti, ma anche ispirazioni per il merchandising e lo sviluppo del modello commerciale".

Dopo il successo ottenuto al debutto di Febbraio, il concetto Design Trendsetter è proseguito anche in questa edizione. "Oltre alla messa a disposizione di una vasta offerta d'informazioni, noi come Fiera, crediamo sia anche nostro compito promuovere la creatività. A seguito del Feedback positivo, che abbiamo ricevuto in particolare dai commer-

cianti internazionali, siamo molto lieti di esporre in questa edizione della GDS le progressive collezioni di venti talenti di design per la stagione Primavera/Estate 2016 e di presentarle in un nostro show", commenta Kirstin Deutelmoser, Direttore della GDS e tag it!.

In uno stand collettivo nel padiglione 5, alcuni disegnatori polacchi di calzature ed accessori, che già avevano presentato le loro collezioni in occasione della Fiera Design HUSH Warsaw di Varsavia, hanno proposto le loro tendenze. Anche i giovani talenti del Portogallo erano presenti alla GDS. Oltre ai già conosciuti espositori Lazuli, Manuel

28 PUSINESS Shoes



Dupont, Najha e Yall, nuovi espositori sono stati le tanto promettenti marche di 7Hills e Adelande Ribeiro. L'Associazione Calzaturiera Britannica è stata inoltre presente nel settore Concept: Aspiga, Morena, Shoe Therapie e Anthony Miles.

I padiglioni della fiera tedesca erano divisi in tre mondi tematici HIGHSTREET, STUDIO e POP UP. Nel primo settore l'Area Concept è stata ampliata nel padiglione 5 ed anche dal punto di vista del contenuto la GDS ha offerto molte novità, come sottolinea Kirstin Deutelmoser. "Il nostro nuovo concetto è stato ben accolto. Lo dimostra il fatto che abbiamo potuto acquisire non solamente protagonisti internazionali del settore ma anche interessanti piccole marche." Così erano presenti alla GDS Ne-



roGiardini dall'Italia, il fabbricante di calzature olandese Van Lier, che festeggia quest'anno il suo 200° anniversario, o la confortevole marca di calzature Abeo Footwear - The Walking Company, molto conosciuta nell'USA. Inoltre nell'elenco delle marche espositrici c'era Brax, leader del mercato nel campo abbigliamento, che testimonia ancora di più il crescente ingresso delle aziende d'abbigliamento nel mercato calzaturiero. Inoltre erano presenti tra l'altro, per la prima volta alla GDS, le marche di accessori Style Heaven, il marchio portoghese Five Plus One e il produttore calzaturiero I Maschi Gold dall'Italia, così come Trussardi Jeans.

Anche il settore STUDIO vanta nuove marche di alta qualità. Con Cuadra e Su sono rappresentate fantastiche collezioni della Spagna. La marca americana André Assous abbina l'arte alle calzature e la marca tedesca Nine to Five diffonde un tocco cosmopolita. Le seguenti marche provenienti dall'Italia sono nuove alla GDS: Ernesto Dolani, Iceberg, Ines Italy e Punto Pigro.

Il mondo tematico POP UP ha trovato una nuova dimora nel padiglione 10. "Con ciò abbiamo nuovamente avvicinato l'area POP UP a tutta la zona degli avvenimenti fieristici", dichiara Kirstin Deutelmoser su questo spostamento. Qui, il visitatore che si trova al di fuori delle principali correnti di moda, può fare nuove ed entusiasmanti scoperte, come la marca Steelground, i cui modelli offerti si addicono con le correnti musicali Punk, Rock, Metal e Goth e Krüger Dirndl, che mostra creazioni calzaturiere adatte al tema dei costumi folkloristici. Tra le 100 marche presenti si trovano anche nuovi labels come Betel Life, che offre mocassini e sandali infradito o sandali ciprioti e la marca di accessori Meraki.









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



PRODUZIONE E COMMERCIO
MINUTERIE METALLICHE

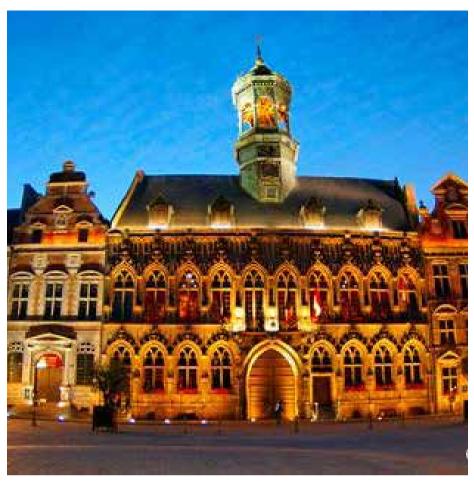
"Da oltre 30 anni la commerciale al vostro servizio"

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



Belgio, ICT e rinnovabili trainano l'economia

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



Il Belgio è il Paese che ospita le maggiori istituzioni europee, eppure nel corso degli ultimi dieci anni è stato uno dei membri meno stabili economicamente dell'Unione Europea. Il problema non è legato in maniera forte alla crisi economica successiva allo scoppio della bolla dei mutui sub prime e alle difficoltà del mercato finanziario, ma deriva in buona parte dalla grave instabilità politica vissuta dal Paese, legata alla frammentazione linguistica e alla difficoltà di gestire crescenti tensioni separatiste e scissioniste.

Il Belgio ha infatti un sistema federale unico nel suo genere, che vede una complessa interazione tra stato, regioni e comunità per gestire le diverse spinte culturali, linguistiche, economiche e politiche derivanti dalle diverse comunità presenti nel Paese. Il sud del Belgio è abitato dalla comunità francese che coincide quasi interamente con la regione della Vallonia; la

regione delle Fiandre, a nord, è invece abitata prevalentemente dalla comunità fiamminga; la capitale Bruxelles costituisce una regione a sé, mentre la comunità germanofona, riconosciuta a livello politico e istituzionale occupa la porzione orientale della Vallonia al confine con la Germania. La complessità del sistema istituzionale belga vede la presenza di un governo federale che ha concesso alle regioni e alle comunità una forte capacità legislativa in diverse aree anche strategiche, creando però sovrapposizioni che portano spesso a forti scontri istituzionali e culturali, aggravati dalle tensioni latenti sempre presenti tra le comunità fiamminghe e francofone. La situazione è degenerata sempre più fino a portare a un grave stallo politico interno che ha fatto registrare, tra il 2010 e il 2011, diciotto mesi di governo ad interim per l'incapacità del parlamento, molto frammentato, di formare una maggioranza politica e un governo.

L'economia del Belgio ha risentito notevolmente dell'instabilità politica: nonostante sia stato uno dei Paesi europei ad aver risentito in misura minore della crisi finanziaria ed economica globale (con il tasso di crescita sceso del 2,7% nel 2009 ma tornato a salire già dal 2010), il Belgio ha visto aumentare in maniera incontrollata il suo debito pubblico. In particolare il Pil del Belgio, dopo la contrazione del 2009, è risalito in territorio positivo crescendo del 2,4% nel 2010 e dell'1,8% nel 2011; una nuova contrazione dell'economia ha visto il Pil scendere dello 0,2% nel 2012, a rimanere sulla crescita zero nel 2013 e a risalire nel 2014, spinto anche dall'aumento della fiducia dei consumatori, facendo registrare una crescita dell'1,1%.

Il debito pubblico invece è cresciuto in maniera notevole a partire addirittura dal 2007, anno in cui aveva toc-





cato quota 88% rispetto al Pil. Il debito pubblico è storicamente una delle maggiori preoccupazioni dei governi del Belgio, considerando che a inizio anni Novanta il rapporto debito su Pil era attestato al 130%, quindi la maggior parte degli sforzi della politica economica si sono concentrati per quasi venti anni sulla sua riduzione. Il fatto che a partire dal 2008 il debito pubblico sia nuovamente aumentato portandosi oltre il 100% (nel 2014 ha toccato quota 106%) ha fatto riemergere timori di vecchia data. A destare preoccupazione sono diversi fattori, tra cui: il fatto che un Paese relativamente piccolo abbia uno degli indebitamenti più alti d'Europa, inferiore soltanto a Italia, Grecia e Islanda, che l'economia del Paese non abbia la forza di quelle dei grandi Paesi europei e quindi abbia meno capacità di recupero, che anche l'indebitamento privato sia alto, che il sistema bancario belga sia stato prossimo al collasso nel

2008-2009. Non da ultimo, il fatto che il Paese sia molto instabile politicamente porta i mercati internazionali a temere che il governo non sia in grado di prendere tutte le decisioni necessarie per tenere sotto controllo uno dei fondamentali dell'economia prima che la situazione diventi esplosiva: proprio l'instabilità politica non ha infatti consentito che il mercato del lavoro fosse riformato, rimanendo molto rigido e con un sistema retributivo che prevede un meccanismo di adeguamento automatico dei salari ai prezzi che ha come conseguenza salari troppo alti e forti spinte inflazionistiche.

Non è quindi un caso che l'inflazione in Belgio sia spesso più alta rispetto alla media dell'UE, portando effetti distorsivi sull'economia. Basti pensare che in un momento di inflazione prossima allo zero, in Belgio l'indice dei prezzi al consumo è cresciuto del 3,5% nel 2011, del 2,5% nel 2012,

dell'1,6% nel 2013 e dell'1,3% nel 2014.

In generale l'economia del Belgio ha dovuto subire profondi cambiamenti, passando da un'economia industriale e centrata sull'estrazione e l'esportazione del carbone, a un'economia moderna incentrata sui servizi. Attualmente il peso del settore terziario rappresenta quasi il 70% del Pil, mentre i settori primario e secondario sono in fase recessiva come in tutte le economie occidentali e in particolare in quelle degli altri Stati membri dell'Unione Europea. Il Belgio si trova nel cuore dell'asse economico Liverpool-Genova dove si concentra il 65% dell'attività economica Europea, e nel processo di trasformazione dell'economia ha saputo sfruttare al meglio il vantaggio derivante dalla sua posizione, trasformandosi in uno degli hub logistici più importanti al mondo. Il fatturato del settore trasporti e logistica è cresciuto infatti del 135% negli ultimi 10 anni,



con un fatturato annuale che supera gli 85 miliardi di euro, e il porto di Anversa è diventato uno snodo fondamentale del sistema intermodale di connessione logistica europeo ed è oggi il secondo porto più importante d'Europa dopo Rotterdam.

In sostanza il Belgio ha saputo adattarsi alla crescente integrazione dei mercati trasformando la propria economia in uno dei mercati più aperti e concorrenziali al mondo: al momento la logistica, l'ICT, le biotecnologie e le energie rinnovabili sono i nuovi settori che stanno trainando l'economia belga, a cui si affiancano i settori più tradizionali dell'industria pesante e dell'automotive, che hanno però perso molte quote rispetto a qualche anno fa.

La posizione favorevole che ne fa un Paese di grande passaggio delle merci e il repentino cambiamento dell'economia hanno messo il Belgio nelle condizioni di avere un'economia votata agli scambi internazionali. Con circa 411 miliardi di dollari di export annuo (gli ultimi dati ufficiali disponibili sono relativi al 2013), il Belgio è il nono esportatore a livello mondiale, dopo Cina, USA, Germania, Giappone, Paesi Bassi, Francia, Corea del Sud e Italia. Le esportazioni del Belgio sono rivolte soprattutto al mercato UE, che nel 2013 ha assorbito oltre il 75% dell'export belga; tra i principali Paesi clienti del Belgio si trova la Germania seguita dalla Francia, dai Paesi Bassi, dal Regno Unito, dagli Stati Uniti e dall'Italia, che si attesta al sesto posto della graduatoria con circa 15,5 miliardi di euro di importazioni dal Belgio e con una crescita registrata nel 2013 del 4%. Per quanto riguarda le importazioni, i principali fornitori del Belgio sono nell'ordine i Paesi Bassi, la Germania, la Francia e gli Stati Uniti; l'Italia si trova in ottava posizione, con un valore delle esportazioni pari a 10,5 miliardi di euro e una crescita rispetto al 2012 del 3,1%.



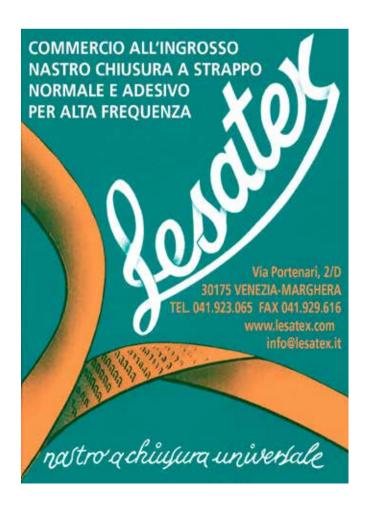




MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua



Per informazioni www.lovatorforniture.it

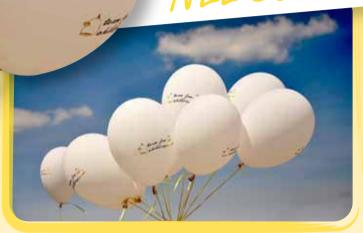






ONLUS

IL NOSTRO IMPEGNO NEL SORRISO DI UN BAMBINO



Il diritto al sorriso sembra scontato, ma non è così: per i bambini ricoverati nel Reparto di Oncoematologia Pediatrica di Padova, e per i loro genitori, è una conquista che si affronta giorno per giorno.

team for children si impegna da anni a portare ad ognuno di loro un sorriso e un gesto di speranza con il suo sostegno economico e logistico.

Se vuoi unirti al Team:

Sostieni i nostri progetti, aiutaci a supportare le attività ludiche ed educative per i bambini in Ospedale, ad aiutare le famiglie in difficoltà e a finanziare borse di studio per giovani Medici Oncologi.

Diventa volontario team for children (previa selezione e corso di formazione, assolutamente gratuiti) e presta il tuo servizio a contatto con i nostri piccoli amici.



Contatti

team for children ONLUS

Via Monsignor Fortin, 44

35128 Padova

Tel. 049 7356069

Fax. 049 7356070

Cell. 3460027482

Sito: www.teamforchildren.it

E-mail: segreteria@teamforchildren.it











VILLA FINI A DOLO: LA STORIA SPEZZATA DAL TORNADO



Sono velate di tristezza le parole con cui iniziamo questo "Appuntamento con la storia". Di solito la nostra rubrica racconta di ville venete dagli interni ricchi di affreschi, di dipinti ritrovati e restaurati, di libri che parlano della riscoperta di un passato

lontano. Oggi no, siamo costretti a parlare di un disastro inaspettato, di una tragedia che lo scorso 8 luglio ha colpito famiglie e imprenditori della Riviera del Brenta (Venezia) attraverso un tornado di proporzioni spaventose che in un breve spazio







di tempo ha creato danni per più di duecentocinquanta milioni di euro lasciando dietro di sé una vittima e numerosi feriti.

Dolo risulta il comune più colpito con 150 milioni di danni totali preventivati e 132 edifici danneggiati di cui due terzi da abbattere. Benché in misura minore, anche Mira ha subito ingenti danni con una stima iniziale di 50 milioni di euro e 75 edifici danneggiati dal tornado. Lo stesso vale per Cazzago di Pianiga che all'appello ha contato 225 edifici danneggiati con danni vicini ai 30 milioni di euro. Stime, queste in denaro, che sono solo indicative ed estremamente contenute rispetto ai danni davvero incalcolabili sul piano morale e affettivo per centinaia di persone che, insieme alla casa e all'azienda, hanno perso in un breve attimo i sacrifici di una vita. E lo stesso vale per il patrimonio culturale, con numerose dimore storiche gravemente danneggiate nelle strutture e nei parchi secolari: villa Mocenigo, villa Bembo, villa Grimani, l'Hotel-villa Ducale, barchessa Giraldo, villa Velluti, per citarne alcune. Tra tutte, per danni patiti, spicca la villa Fini di Dolo: il vero

emblema di questa catastrofe. Una splendida villa del Seicento che, nello spazio di pochi minuti, si è trasformata in un cumulo di macerie irriconoscibili. Neanche un terremoto sarebbe stato forse capace di tanto; il tornado, infatti, ha raso al suolo la costruzione trasportando lontano con la sua furia pietre, sculture, travi dei solai e gli alberi secolari del parco lasciando il vuoto assoluto.

Oggi si discute se sia giusto ricostruire villa Fini dov'era e com'era. Non sta a noi, ma ai proprietari e alla Soprintendenza, giudicare la strada più giusta da percorrere. Il nostro compito è quello di ricordare questa splendida villa e la sua storia, narrandola in punta di piedi e con il massimo rispetto, anche documentando visivamente la misura della tragedia attraverso le toccanti e sconvolgenti foto scattate da Diego Griggio qualche giorno dopo il passaggio del tornado. Tutto ciò per non dimenticare.

Ecco, dunque, la storia di villa Fini attraverso gli antichi documenti: una storia che risale a quasi quattro secoli fa. Secondo la documentazione archivistica raccolta da Alessandro Baldan la prima





fondazione della villa doveva risalire alla metà del Seicento, quando Zuane Antonio Toderini denunciava al fisco veneziano di aver acquistato: "Campi settantacinque in villa della Mira, traslati dal nome di ser Paolo Santonini, esser stata (la villa) dal medesimo fabbricata sopra una casa e altre fabbriche domenicali, le quali per anco non è terminata". Dopo essere stata ceduta nel 1687 a Giovanni Antonio Cellini, nel 1689 la proprietà torna nuovamente al Toderini.

Nel 1697 Zuane Antonio Toderini *detto Santonini* cede la villa alla famiglia Fini. L'acquisto consisteva in dodici campi, cioè quattro di brolo (frutteto) e quattro di fondo occupato dalla casa domenicale, cortivo, orto, giardino e altre fabbriche.

Da poco ascritti al patriziato veneziano, i Fini intrapresero importanti opere di ristrutturazione e ampliamento della villa com'è testimoniato dagli incisori settecenteschi che documentarono con i loro disegni la "fabbrica domenicale" e le sue adiacenze. Sul fronte del fiume Brenta un muro di cinta, interrotto dai tre accessi principali alla proprietà, poneva in allineamento il fronte delle due

barchesse, dell'oratorio e di probabili altri annessi; oltre il muro sullo sfondo compariva la villa con due terrazze laterali ornate da statue.

Nell'Ottocento la villa diventò proprietà del marchese Girolamo Riccini, il quale apportò nuovi e sostanziali mutamenti all'architettura del corpo principale e ad altri elementi del complesso. Figura emblematica, Girolamo Riccini per quindici anni fu ministro del duca Francesco IV di Modena. Il nobiluomo, che abitava a Venezia in un palazzo del Sestiere di Castello (qui giunto dalle terre modenesi forse per fuggire ad uno scandalo per diffamazione), dispose alla sua morte di essere sepolto nell'oratorio annesso alla villa accanto alla figlia Maria Antonia Costanza morta il 6 agosto del 1831.

Nei primi anni del secolo scorso l'antica dimora passò ai Melchiori e, successivamente, alla famiglia Piva che nel corso degli ultimi anni aveva amorevolmente avviato un ampio intervento di restauro del corpo centrale, dei suoi annessi, del giardino e del parco, rendendo villa Fini una tra le più scenografiche dimore della Riviera del Brenta.



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



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





Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su www.lovatoforniture.it





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



Operaio calzaturiero zona Riviera del Brenta disponibile per lavoro. Tel. 3291381839.

Perito chimico disponibile per lavoro presso calzaturificio. Tel. 3478764865 (Iuri).

Vendo macchina a braccio Durkopp Adler triplice trasporto, tingibordi Oman mod. 990, rivettatrice automatica con puntatore laser, martelletto elettrico Omac, tavolo da lavoro 3 m x 1,20 m e macchina foratrice lineare. Per informazioni: 3407926373 (Andrea).

Ditta disponibile per Galvanica su ABS per tacchi e accessori e verniciatura. Info: Valter srl Malcontenta (Venezia) Tel. 041 920299.

Ditta disponibile ad applicare strass termoadesive e borchie tel. 049 9800914.

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.

Modellista abbigliamento donna, disponibile per lavoro da esterno. Tel. 340 8391062 (Marica).

Tecnico calzaturiero con esperienza disponibile per lavoro. Tel. 333 3964578.

Ragazza disponibile per lavoro nel settore calzaturiero con impiego anche part-time. Tel. 377 9967739.

Ragazza zona Riviera del Brenta disponibile per lavoro nel settore calzaturiero. Tel. 3779967739.

Ditta disponibile per lavorazione di applicazione strass termoadesivi. Tel. 041466334.

Affitto ufficio mq 35 zona centrale a Fosso' (Ve). Tel. 335 7079070.

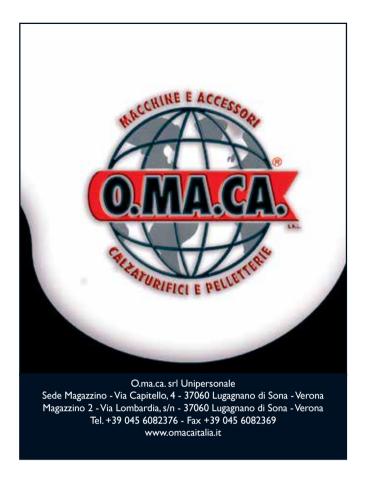
Compro rimanenze di produzione di para pagamento in contanti. Tel. 335 7079070.

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

Acquistiamo stock pellami. Tel. 3485253999.

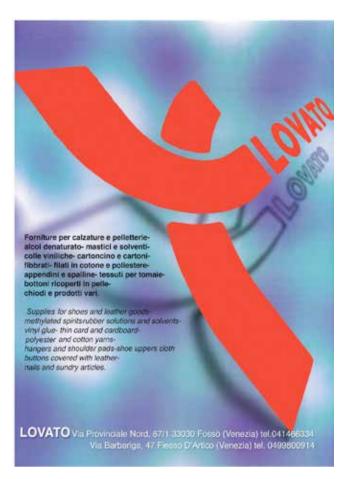




















Pad .iiil 9:45 AM

Alberto Facchinetti

HO SCOPERTO DEL PIERO

La storia di Vittorio Scantamburlo



È uscito il nuovo libro acquisti su www.incontropiede.it

_INCONTROPIEDE

