



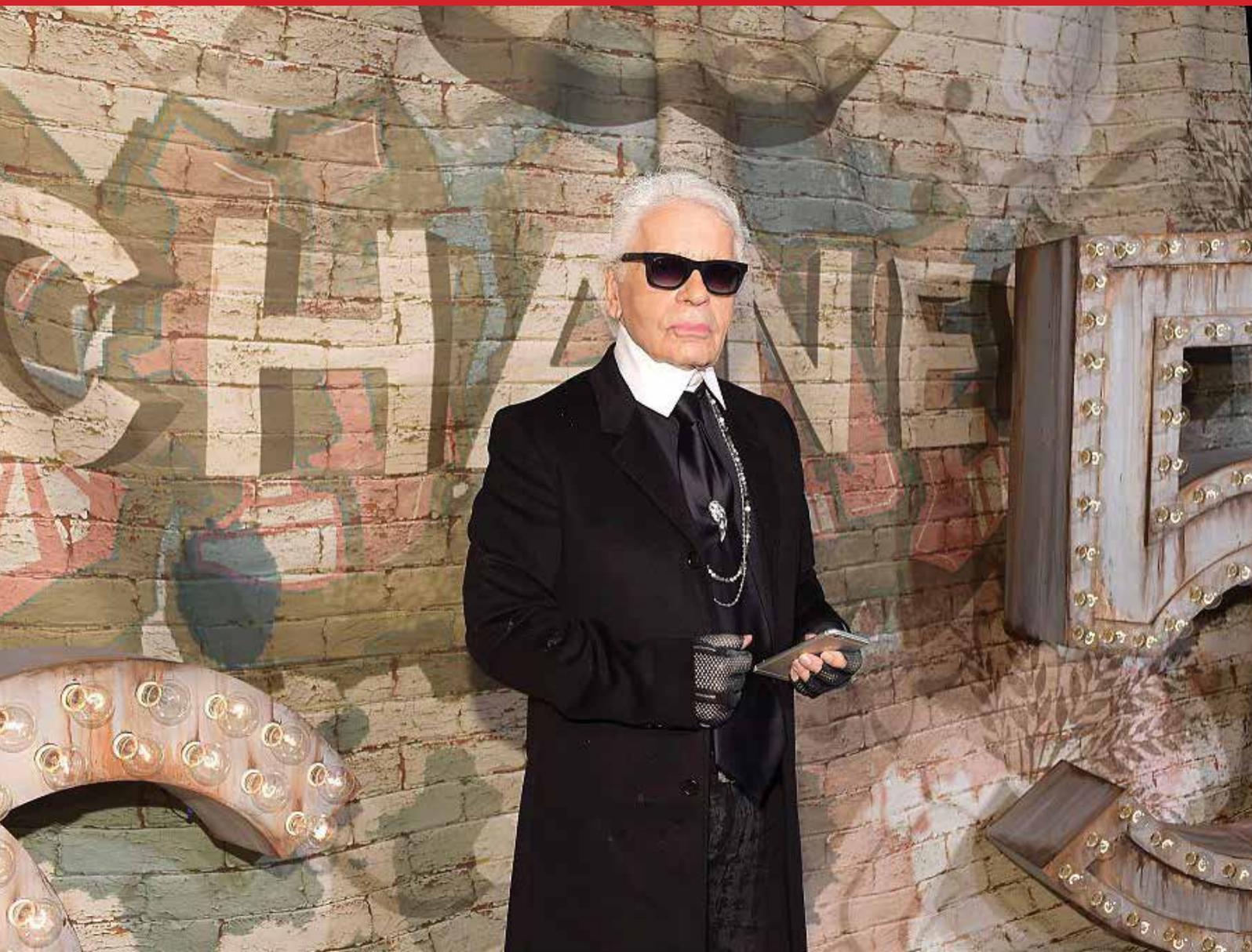
BUSINESS shoes

MARZO | APRILE
DUEMILA 19

www.businessshoes.it

magazine

RIVISTA DI INFORMAZIONI E SERVIZI DEL SETTORE CALZATURIERO E PELLETERIA



ADDIO A KARL LAGERFELD

ICONA DELLA MODA INTERNAZIONALE



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

ESALTA LA MANO DELLA PELLE
MIGLIORANDONE LA QUALITÀ

MASSIMA PERFORMANCE
PER OGNI TIPO DI CURVATURA

Custodiamo il segreto per tenerli in forma.

Luigi Carnevali s.a.s.



EDITORIALE

NON DECOLLANO I CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Nessun apprezzabile miglioramento per il mercato italiano delle calzature made in Italy. È quanto emerge dalla nota congiunturale elaborata dal Centro Studi di Confindustria Moda per Micam. Nonostante l'andamento penalizzante dell'ultimo decennio, il mercato interno riveste ancora un'importanza strategica per i produttori nazionali di calzature, costituendo tuttora il loro terzo mercato di sbocco, sia in volume che in valore. Ma i suoi numeri sono deludenti.

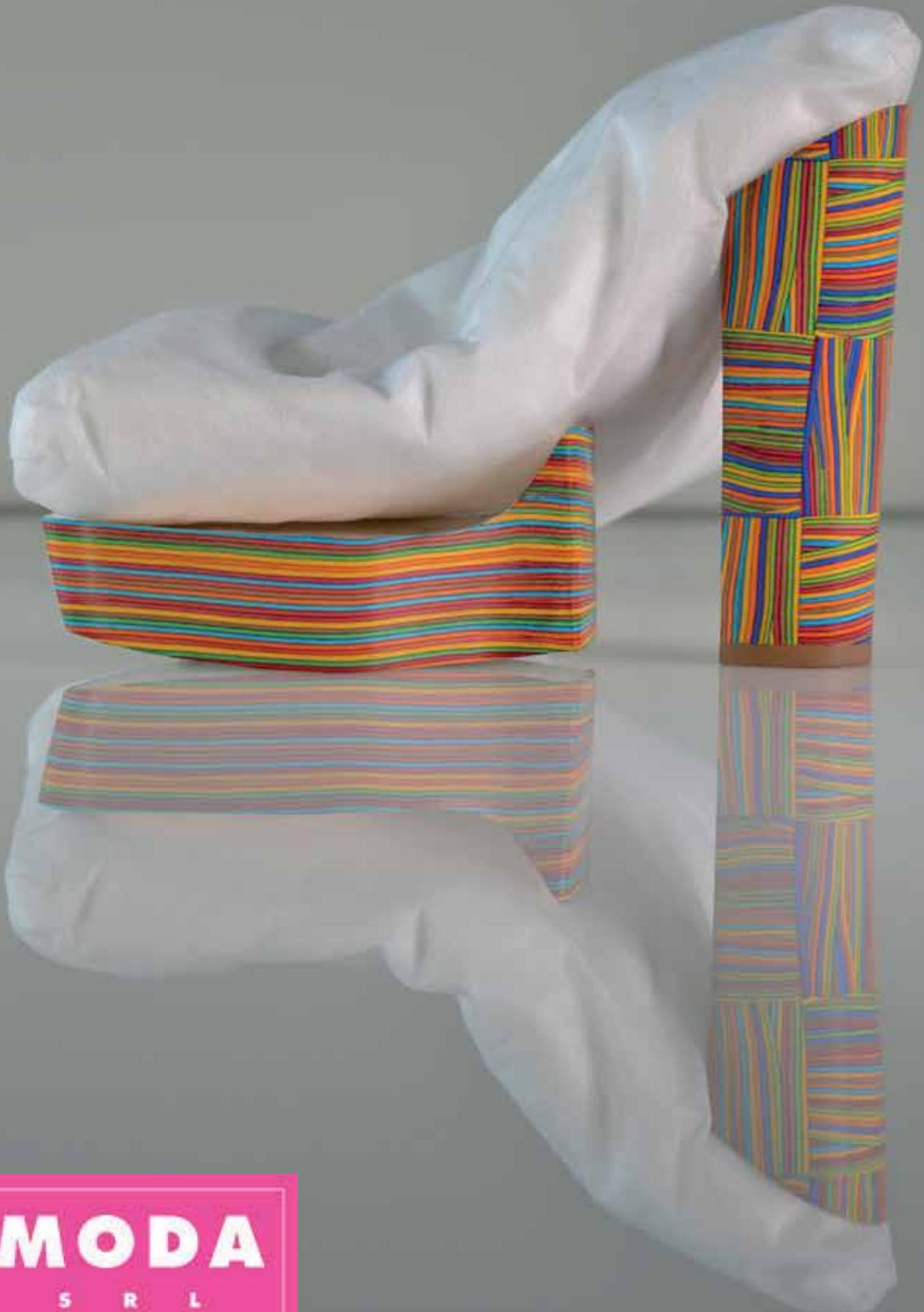
Il fashion consumer panel di Sita Ricerca mostra un calo degli acquisti delle famiglie nei primi 11 mesi 2018 pari al -0,9% in quantità, con un -0,3% in termini di spesa. Sempre grande l'attenzione al fattore prezzo (+0,6%), con un ricorso frequente a saldi e svendite (che pesano per oltre la metà sulle vendite complessive).

Tra i comparti, gli unici segni positivi si evidenziano per le "sportive e sneakers" (+3,6% nelle paia e +2,1% in valore). Riduzioni in volume attorno al 3% per le calzature donna, per quelle da uomo (stabili però in spesa) e per la pantofoleria; -1,4% per le scarpe da bambino.

Per quanto riguarda l'andamento degli acquisti per canale di vendita dovrebbero trovare conferma le indicazioni emerse nel primo semestre, con flessioni per il dettaglio tradizionale e trend favorevoli invece per catene di negozi e shopping online. Quest'ultimo, che nel 2013 deteneva una quota di appena il 3,6% sul totale spesa, pesava nel primo semestre 2018 il 10%.

L'intero anno chiude, nelle stime di preconsuntivo, con un calo in volume della produzione Made in Italy (-2,6%) e dell'export (-2,3%), pur con segni positivi in valore, in virtù dell'aumento dei prezzi medi. Tale andamento divergente tra quantità e valori, se da un lato conferma l'eccellenza riconosciuta dai buyer esteri alla produzione italiana – l'export, con circa 9,6 miliardi di euro, ha raggiunto l'ennesimo record assoluto, anche al netto delle dinamiche inflattive – dall'altro ribadisce il ruolo ormai determinante nei risultati settoriali svolto dai grandi brand internazionali del lusso. Lo testimoniano gli incrementi nuovamente a doppia cifra dei flussi verso la Svizzera (utilizzata dalle griffe quale piattaforma logistico-distributiva) e l'impennata del prezzo medio della Francia.

Nicola Brillo



MODA
S R L

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



SOMMARIO

N. 27 ANNO VII - Bimestrale
marzo - aprile 2019
BUSINESS SHOES
magazine

Monica Poletto (Amministratore)
Federico Lovato (Editore)
Nicola Brillo
Diego Mazzetto
Damiano Mazzetto
Maurizio De Pra
Diego Griggio

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

WWW.BUSINESSSHOES.IT

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

Numero repertorio ROC: 25417

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

Tipografia
Grafiche Leone
Dolo (Venezia)

- 3** EDITORIALE Non decollano i consumi delle famiglie italiane
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** ADDIO A KARL LAGERFELD: icona della moda internazionale
- 12** MICAM 87 chiude con oltre 43mila visitatori
- 16** LINEAPELLE una garanzia di internazionalità
- 18** MIPEL115, tra sostenibilità e consapevolezza ambientale
- 22** A FOSSÒ l'identità calzaturiera del territorio ha preso forma e colore attraverso sei murali
- 26** SIMAC TANNING TECH: un'edizione in controtendenza
- 28** Annunciati i finalisti della 24^a EDIZIONE del concorso letterario CAMPIELLO GIOVANI
- 30** Presentato a Villa Sagredo di Vigonovo l'ottavo volume della collana LUOGHI E ITINERARI DELLA RIVIERA DEL BRENTA E DEL MIRANESE
- 34** SPAGNA, come rinascere dalla crisi
- 38** APPUNTAMENTO CON LA STORIA
Inaugurato a Fossò il restauro del prezioso CROCIFISSO TRECENTESCO
- 44** BUSINESS SHOES annunci

www.businessshoes.it





ATLANTE BREVI DAL MONDO



SUCCESSO PER LA VENICE FASHION WEEK 2019

Grande successo per l'ultima edizione di "Venice Fashion Week", manifestazione dedicata alla moda slow, artigianale e sartoriale, creata a Venezia e nel Veneto. Si tratta di un evento sulla cultura della moda, organizzato da "Venezia da Vivere" in collaborazione con il Comune di Venezia, che porta in città designer e brand made in Italy e internazionali, coniugando glamour e sostenibilità. "Vedere che sono coinvolte tante forme di creatività della città e della regione è importante e fa capire come far rete per offrire prodotti innovativi sia vincenti", ha esordito l'assessore al Turismo di Venezia Paola Mar -. Come Comune abbiamo aperto un nuovo canale di rapporti con gli Enti, per far conoscere le nostre eccellenze ed eventi di nicchia in largo anticipo, così da permettere di programmare arrivi di target selezionati di visitatori. Questo è infatti un altro modo per accedere a mercati turistici diversi. Come Amministrazione ci stiamo impegnando per portare il brand di Venezia nel mondo nelle sue diverse articolazioni, per far sì che manifestazioni come queste possano configurarsi come attrattori di pubblici specifici". Il turismo oggi ha bisogno di declinazioni diverse e di essere comunicato nel modo giusto. Il viaggiatore d'élite è alla ricerca di differenziazione, vuole superare l'omologazione della globalizzazione: per intercettarlo servono allora eventi di qualità e la Fashion Week ne è un esempio. La rassegna di moda ha proposto sfilate, convegni, mostre e cocktail in palazzi, hotel, gallerie e atelier, ma anche in botteghe artigiane, boutique e campi, con 16 eventi in 14 locations.

UN'UNICA LOCATION PER EXPO RIVA SCHUH E GARDABAGS

La Fiera Diffusa di Riva del Garda annuncia una grande novità per la prossima edizione: il polo fieristico di Riva del Garda ospiterà in un'unica location Expo Riva Schuh e Gardabags, offrendo a buyer e professionisti un percorso unico e completo. Con un'importante operazione immobiliare la società Riva del Garda Fierecongressi ha ampliato la superficie espositiva acquisendo nuovi spazi che hanno consentito di aggiungere il nuovo padiglione D di oltre 3.000 mq che ospiterà Gardabags. Con questa evoluzione l'appuntamento di Riva del Garda diventa di fatto l'unico hub internazionale di business in grado di presentare un'offerta integrata con calzature e accessori per il comparto di volume. La scelta rientra nella strategia della manifestazione di rinnovarsi in linea con le esigenze del mercato calzaturiero globale, lavorando ad una sempre più accurata selezione della proposta merceologica accompagnata da servizi innovativi e al rinnovamento degli spazi espositivi. Il percorso fieristico diffuso si completerà come sempre con il network degli alberghi della città, che rappresentano da anni una risorsa in più per le aziende interessate a scegliere un contesto più adatto a incontri mirati one to one. L'appuntamento con le prossime edizioni di Expo Riva Schuh e Gardabags è a Riva del Garda dal 15 al 18 giugno 2019.



BUYERS RUSSI IN VISITA AL DISTRETTO CALZATURIERO DELLA RIVIERA

Si è concluso con ottimi risultati l'incoming di 14 top buyers di calzature, provenienti dalla Russia e da Paesi appartenenti alla Comunità degli Stati Indipendenti. L'iniziativa è stata organizzata dal Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta, con il sostegno diretto della Camera di Commercio di Venezia Rovigo, in collaborazione con il Nuovo Centro Estero Veneto. A marzo è stata programmata una fitta agenda di visite aziendali e incontri B2B, che è riuscita nell'intento di promuovere l'internazionalizzazione delle Piccole e Medie Imprese. L'iniziativa ha poi favorito la conoscenza delle produzioni di eccellenza nel loro contesto economico-industriale ed ha esaltato la ricchezza del territorio metropolitano Delta-Lagunare, caratterizzata da un particolare connubio di arte, cultura, gastronomia e bellezze paesaggistiche. Durante la visita al Politecnico Calzaturiero, gli operatori stranieri - selezionati in collaborazione con ICE- Agenzia di Mosca - hanno visto come nasce e si sviluppa, nella Riviera del Brenta, l'oggetto artistico della calzatura. Inoltre, hanno potuto cogliere il grande valore che gli imprenditori del comparto attribuiscono alla formazione professionale, alla ricerca e all'innovazione. L'incoming è proseguito con un viaggio esperienziale attraverso il Distretto del Vetro Artistico di Murano quello Ittico di Chioggia e Rovigo e della Giostra, nell'Alto Polesine. Qui gli operatori commerciali esteri hanno avuto modo di apprezzare prodotti manifatturieri e industriali leader nei mercati mondiali, diversi sotto il profilo merceologico, ma fregiati da un unico marchio: "Made in Venice". "La visita dei 14 buyers russi - dichiara Siro Badon, presidente Acrib aderente a Confindustria Venezia-Rovigo - rappresenta una grande opportunità di internazionalizzazione per il nostro distretto e per l'intera Area Metropolitana. L'esperienza che tali qualificati operatori commerciali hanno potuto vivere in questi giorni, li renderà autentici testimonial e promotori del valore della qualità, delle peculiarità della scarpa rivierasca e delle altre eccellenze prodotte nei distretti metropolitani".



Artigiani **ORAFI** Associati

PARTNERS

idd

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

ADDIO A KARL LAGERFELD: ICONA DELLA MODA INTERNAZIONALE



di **Diego Mazzetto**

Lo scorso 19 febbraio, nel giorno dell'apertura delle sfilate milanesi, è morto a ottantacinque anni Karl Lagerfeld, soprannominato per le sue origini tedesche il *Kaiser* della moda.

In ossequio a questo titolo egli aveva scelto una "divisa imperiale" dalla quale non si separava mai: occhi coperti da grandi occhiali da sole, i capelli bianchi candidi raccolti in una coda di cavallo, camicie dal collo molto alto, completi neri con cravatta e, immancabili, due accessori per lui irrinunciabili: il colorato ventaglio e i mezzi guanti stile *biker* dai quali non mancava

di spuntare una profusione di anelli.

I primi silenzi, i mormorii, subito dopo la sfilata Chanel Haute Couture (della quale è stato direttore creativo dal 1983), quando invece di presentarsi a fondo passerella, come di consueto per i saluti, ha lasciato che Virginie Viard - direttore dello studio creativo della maison e suo braccio destro - facesse le sue veci.

Un'assenza attribuita alla stanchezza, poi gli auguri di pronta guarigione da parte della maison, infine il triste annuncio.

Amante dei bozzetti a mano libera, eccelso disegnatore, mente creativa e visionaria, lettore appassionato e innamorato della

poesia, così come della storia dell'arte antica e contemporanea, Lagerfeld sarà ricordato dal mondo della moda sempre con sconfinata ammirazione.

Definirlo semplicemente uno *stilista* sarebbe alquanto riduttivo, poiché egli è stato uno dei più grandi interpreti della moda degli ultimi tempi. Figlio di un ricco industriale, Lagerfeld ad appena quindici anni aveva lasciato Amburgo con la madre Elizabeth, violinista, per terminare gli studi a Parigi. Qui concluse gli studi secondari al liceo Montaigne, specializzandosi in storia. L'innata passione per il disegno e la predisposizione per l'arte lo portarono a partecipare a uno dei primi concorsi di moda dell'epoca. Si aggiudicherà



il primo premio realizzando il bozzetto per un cappotto, *ex aequo* con un altro promettente giovane stilista: Yves Saint Laurent. Nella giuria era presente Pierre Balmain che, intuendo la genialità del ragazzo, lo assunse nel suo atelier. Qui Lagerfeld iniziò a muovere i primi passi nel mondo della moda per poi approdare, nel 1959, alla Maison Patou, con il ruolo di direttore creativo.

Contemporaneamente egli decise di intraprendere la carriera da professionista indipendente, collaborando con importanti firme della moda, tra cui Krizia, Mario Valentino, Ballantyne e Chloé.

Con le sorelle Fendi Karl avvierà un lungo sodalizio come direttore creativo: ruolo ricoperto ininterrottamente fino alla sua morte.

Ma furono gli anni Ottanta del secolo scorso ad aprire il capitolo che avrebbe incoronato definitivamente Lagerfeld nell'olimpo della moda: nel 1982 fu chiamato dal presidente

di Chanel Alain Wertheimer a occuparsi prima dell'*haute couture* e successivamente sia del *prêt-à-porter* e degli accessori della griffe, fino a trasformarsi nella mente creativa di ogni dettaglio del mondo di *Mademoiselle Coco* per giungere a trasformarla in un marchio icona rendendo attuali e innovativi i codici dello stile della celebre Maison: i tessuti bouclé, i giacchini senza revers, le borse con le catene a tracolla, i fili di perle e le camelie. Negli anni di debutto nell'universo Chanel, lo stilista tedesco lanciò anche una linea con il proprio nome, ma le sorti delle collezioni ebbero fortune alterne. Infatti, se il tocco del *Kaiser* trasformava in successo tutto quello che disegnava, meno fortunato si dimostrò il brand Karl Lagerfeld, lanciato nel 1984, per poi essere congelato nel 1998 a causa dei troppi impegni. La strategia di espansione del brand riprese poi vigore grazie ad alcuni importanti azionisti fino alla partecipazione di PVH, gruppo americano che

possiede i marchi Calvin Klein e Tommy Hilfiger. Il brand - sempre diretto da Kaiser Karl - si contraddistingueva da un guardaroba di capi classici senza tempo ma con un *twist rock-chic* distribuiti in novantacinque negozi monomarca in giro per il mondo.

Nella sua lunga carriera Lagerfeld assunse la direzione in collaborazioni per progetti a edizione limitata con i più noti brand del fashion come H&M, Hogan, Melissa, Macy's, Vans e Vilebrequin. Per Rolex lo stilista ha disegnato il cronografo Oyster Perpetual Milgauss: un modello unico capace di resistere a campi magnetici di 1000 gauss, da cui prende il nome. Ma non solo collaborazioni moda: gli interessi di Karl si allargarono nel tempo alla fotografia e al video, sue grandi passioni. Nel 2011 ha firmato il calendario Pirelli a tema Mythology, dove il suo occhio da esteta dà vita agli eroi e alle divinità del Pantheon greco romano attraverso scatti poliedrici. Sempre come fotografo si è reso



protagonista delle campagne di Chanel per le cui sfilate progettò delle scenografie spettacolari. Lagerfeld amava raccontare che della fotografia gli piaceva *“la possibilità di catturare un momento che è andato per sempre, che non si ripeterà uguale”*. E ancora: *“La fotografia è parte integrante della mia vita. Oramai percepisco il mondo attraverso l'obiettivo. Questo contribuisce a un distacco critico del mio lavoro, e mi aiuta più di quanto potessi immaginare”*.

Negli ultimi tempi *Kaiser Karl* si divideva tra la direzione artistica di Chanel e quella di Fendi. Per la prima la sua *mission* era di innovare rivisitando di stagione in stagione i pezzi divenuti iconici della maison, come i classici completi di lana bouclé con giacchino e gonna. Grazie alla sua verve creativa il marchio Chanel è stato proiettato nel nuovo secolo. Con Fendi invece l'attenzione era tutta sulla preziosità artigianale, con bozzetti che hanno rivoluzionato in primis le tecniche di costruzione delle pellicce, oggi colorate, intarsiate, laserate, rasate, reversibili, mixate a chiffon o a elementi in plastica.

In tutti questi anni ha continuato a lavorare come fotografo e regista, soprattutto per Chanel, per il quale ha girato *Once and forever*, dirigendo Kristen Stewart nei panni di un'attrice che aveva il compito di interpretare Coco. Poi lo abbiamo visto come costumista in diverse occasioni: da La Scala di Milano ai due tour Re-Invention di Madonna e per lo show di Kylie Minogue del 2006. Maniaco della moda anche da consumatore, possedeva un archivio sterminato di libri, riviste e abiti.

“Karl era la mia polvere magica, mi ha trasformato da una timida ragazza tedesca in una supermodella. Mi ha insegnato la moda, lo stile e come sopravvivere nel mondo della moda”. Così, con un post su Instagram, Claudia Schiffer ha voluto onorare la memoria dello stilista concludendo: *“Quello che Andy Warhol era per l'arte lui lo era per la moda”*.

Data la grandezza del personaggio numerosi sono gli aneddoti che si raccontano su di lui: primo tra i tanti la sua celebre dieta che, nel 2000, lo portò a perdere ben tredici chili per poter indossare abiti dalle forme skinny di Hedi

Slimane. Con Tokidoki nel 2013 ha prodotto due pupazzi che rappresentano lui e Choupette, la sua amata gatta birmana bianca diventata un vero fenomeno sui social. *“Mi ha reso una persona migliore. Non so, magari meno egoista. Non avrei mai pensato che mi sarei innamorato così di una gatta. So che è grottesco, ma cosa posso farci?”* Ripeteva spesso Lagerfeld nelle interviste ai giornalisti che gli chiedevano le motivazioni del suo affetto sconfinato per Choupette. E la migliore amica dello stilista è ora uno dei felini più ricchi al mondo, dato che (a quanto sembra), Lagerfeld ha pensato di lasciarle in eredità parte del suo patrimonio, valutato intorno ai 170 milioni di dollari.





DEL BRENTA

DEL BRENTA S.R.L

VIA VENEZIA, 34

35010 PERAROLO DI VIGONZA (PD)

TEL. 049 8935666 - FAX 0498935588

WWW.DELBRENTA.COM - INFO@DELBRENTA.COM

MODELLERIA E SHOW ROOM

47030 S. MAURO PASCOLI (FC) - VIA DEL SOLE, 39

MICAM 87 CHIUDE CON OLTRE 43MILA VISITATORI



Arte, creatività, giovani, innovazione e sempre più glamour. Sono questi gli ingredienti che hanno animato l'87esima edizione di Micam, il Salone internazionale della calzatura, che si è chiuso a Fiera Milano (Rho) con oltre 43mila visitatori, in linea con l'edizione di febbraio 2018. "Se però contiamo il singolo ingresso, registriamo un aumento complessivo del 2,5%, che comprende l'incremento della presenza degli italiani e compensa il calo dei visitatori esteri", dice Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici. "Questo dato ci offre due spunti di riflessione: cambia la dinamica di visita del buyer, che ha sempre meno tempo a disposizione, e funziona la promozione sul territorio nazionale di Micam. Sul fronte

internazionale exploit degli Stati Uniti (+35%) e del Canada (+38%) che mostrano un'attenzione sempre più alta nei confronti della produzione europea, nonostante la contemporaneità della manifestazione competitor di riferimento in Nord America".

Gli storici mercati europei come Russia, Francia e Germania, registrano invece cali a doppia cifra, unica eccezione la Spagna che si conferma primo Paese di riferimento e che registra un incremento dei visitatori del 10%.

"Chiudiamo l'87esima edizione di Micam con la consapevolezza di aver trasformato la nostra manifestazione anche in un incubatore di stili e tendenze, sempre in linea con le richieste del mercato - prosegue Pilotti -. Non solo

piattaforma di business irrinunciabile per le aziende, ma anche un aggregatore di trend e nuovi consumi. All'interno di Micam trova spazio il meglio dell'offerta calzaturiera mondiale grazie alla presenza di prestigiosi produttori provenienti dai cinque continenti: mille sfaccettature dell'eleganza e della qualità a disposizione dei buyer internazionali che prediligono un prodotto di tendenza, ma di fascia media".

La promozione e la difesa dell'eccellenza del manifatturiero italiano resta però la vera sfida in atto per Micam. Perché identità culturale, alta gamma, design raffinato e qualità dei materiali rappresentano il tratto distintivo dello stile delle calzature italiane, in cui business si intreccia indissolubilmente con cultura e tradizione.

“Proprio per tutelare questo patrimonio economico e culturale del nostro Paese – conclude Pilotti - ho chiesto al ministro Luigi Di Maio, presente all’inaugurazione di Micam, nuove misure di sostegno per il calzaturiero, con una richiesta, in particolare, a cui dare la priorità assoluta: abbattere il cuneo fiscale. Il nostro è un settore con un’altissima incidenza di manodopera sul costo totale della produzione, di conseguenza il costo del lavoro è particolarmente significativo per noi”.

Ma la manifestazione rappresenta soprattutto un momento unico per vivere e scoprire la creatività e i valori che animano il settore con iniziative originali e coinvolgenti. Tra queste si colloca l’area espositiva dedicata agli “Emerging Designer” che dimostra ancora una volta la grande sensibilità di Micam verso i giovani emergenti, oltre che un maggiore interesse da parte dei buyer verso le nuove generazioni che si affacciano in questo settore.

Proprio per questo Micam ha annunciato la nascita di “Plug-Mi. The sneakers culture experience”, un nuovo format dedicato al dinamico

mondo delle sneakers e rivolto soprattutto ai millennials, inventori delle tendenze più rivoluzionarie e promotori delle nuove abitudini di consumo. Il progetto, organizzato da Campus Fandango Club, in collaborazione con Micam e Fiera Milano, debutterà all’interno del Salone internazionale della calzatura a settembre 2019. Micam ha rivolto lo sguardo all’Oriente ospitando cinque top influencer cinesi che sono stati i protagonisti del seminario “Social media and e-commerce: a chinese marriage”, evento tra i più seguiti e che ha suscitato tanto entusiasmo tra buyer ed espositori. Tra gli eventi di punta di Micam87, anche il seminario dedicato alla Sostenibilità che ha riscosso un grandissimo successo tra gli addetti ai lavori e dimostra un interesse sempre maggiore verso questo tema da parte degli operatori.

Le anticipazioni per la stagione Autunno/Inverno 2019-20 presentano tendenze che si ispirano a tre diversi temi: l’influenza vintage (sempre attuale e alla moda), si coniuga all’ecosostenibilità (l’influsso mistico e spirituale, con un tocco di romanticismo), e l’ispirazione

free style (sperimentale, ma raffinata). Il nuovo design si congiunge al comfort delle calzature, mentre le tonalità, calde e invernali, si alternano a nuances pastello luminose.

Per la donna la tendenza Purpose Full si ispira al passato con uno sguardo al futuro per creare prodotti sempre nuovi, che abbiano spirito di continuità. Il nuovo design attinge a influenze vintage e dà vita a calzature confortevoli, di autentica qualità. I colori sono retrò e contemporanei allo stesso tempo: le tonalità spaziano dal marrone al rosa acceso, dal giallo limone al blu, premiandone ulteriormente la bellezza. Altra tendenza per la donna è Light Magic, che trae ispirazione dal misticismo e dalla spiritualità e propone una serie di disegni romantici e gotici. Gli accessori, le calzature e i gioielli si rifanno alla parte più buia della natura, alle influenze mitologiche e al mondo fiabesco. I colori romantici e misteriosi sono caratterizzati da una fantasia dark. La palette cromatica sembra essere illuminata da una luce ultraterrena, spaziando dal nero al viola mistico, fino ai colori pastello più luminosi.





Infine la tendenza Free Style al femminile sfida le convenzioni e celebra la libertà di espressione. Una visione fluida dei riferimenti culturali, uno styling tradizionale, i disegni e le sfumature sono le particolarità che donano un nuovo look spensierato agli accessori, alle calzature e ai gioielli. I colori sono vibranti, accesi e vivaci e l'entusiasmo passa dalla protesta al gioco.

Per l'uomo, la costruzione delle calzature e i processi di ricerca di stile sono proposti con materiali ecosostenibili, grazie a tecniche artigianali rinnovate. I materiali sono riadattati, i colori diventano più tenui e si ispirano ai disegni di Bakelite di metà secolo, offrendo un look confortevole, ideale da sfoggiare in un mondo frenetico. La palette cromatica spazia dal marrone al rosso. Per l'uomo, Light Magic si rifà ai temi mistici e misteriosi, lasciandosi ispirare dalla natura. Il design degli accessori, delle calzature presenta caratteristiche organiche anomale e sperimentali. I colori oscillano dal nero al viola, per giungere alle nuances pastello

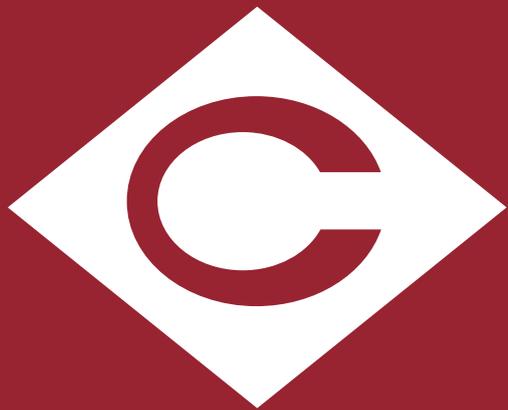
luminose: è una palette incentrata sul viola e il bianco che evocano un senso di instabilità, e sul rosso e il color foglia di tè che conferiscono un senso dinamico e più sportivo.

Per l'uomo, Freestyle è una tendenza sperimentale, unica, giocosa che ridà energia ai look su misura e casual. Lo street style è raffinato, per ricreare una nuova percezione della collezione Autunno/Inverno 2019/20. È una celebrazione dell'individualità, di un nuovo design e di nuovi metodi di costruzione. La palette cromatica si è evoluta rispetto alle stagioni precedenti e i colori primari hanno lasciato spazio a toni che costituiscono una nuova crescente sensazione in un'atmosfera sfumata.

Micam ha promosso la seconda edizione del progetto Emerging Designers, l'area evento dedicata a 12 designer internazionali di calzature, selezionati attraverso un concept innovativo realizzato in collaborazione con la società Honegger. Per valutare le candidature

dei designer internazionali che si sono accreditati, è stata riunita una giuria di esperti del settore moda e comunicazione - presieduta dallo stilista Ernesto Esposito - che per il contest 2019 ha coinvolto: Francesco Casarotto, Nunzia Garofolo, Sergio Goglia, Sabrina Perazzolo e Sabrina Scarpellini.

"Riteniamo che le nuove generazioni siano importantissime, rappresentano il futuro dell'industria calzaturiera, un settore dove sicuramente la tradizione riveste un ruolo molto importante, ma all'interno del quale sono altrettanto fondamentali l'innovazione e la ricerca - spiega Paolo Borghini, direttore Micam -. L'area Emerging Designers è diventata ormai un must all'interno della nostra manifestazione. I visitatori internazionali considerano Micam la fiera leader a livello mondiale, non solo per finalizzare gli acquisti per le prossime stagioni, ma anche per essere aggiornati sulle tendenze che influenzeranno l'evoluzione dei consumi nei vari mercati".



**CY
CALZATURE
SRL**

FASHION INDUSTRY



CHIAMACI SUBITO
PER UNA PROVA GRATUITA
TEL +39 393 8401632

SMETTILA DI CERCARE 100 FORNITORI.

Sei stanco di gestire 100 fornitori? Da quelli del taglio, della preparazione e dell'orlatura?
Occupando più personale interno e rallentando i processi di produzione?

TOGLITI QUESTO STRESS

con **CY CALZATURE!**

UN'AZIENDA AFFIDABILE DA 30 ANNI NEL SETTORE.

VOI CI CONSEGNATE LA PELLE, NOI VI RESTITUIAMO LA TOMAIA COMPLETATA.

CY CALZATURE: la 1ª nel settore lusso che parte dalla pelle e ti restituisce la tomaia orlata.

I NOSTRI SERVIZI: taglio, cambratura, timbro, crono, orlatura, applicazione accessori, tinta a cera, fasciatura fondi.

TEL +39 393 8401632

INFO@CYCALZATURE.COM
VIA VIII STRADA 12 / 30030 FOSSÒ (VE)

WWW.CYCALZATURE.COM

LINEAPELLE UNA GARANZIA DI INTERNAZIONALITÀ



Lineapelle, svoltasi a Fieramilano Rho dal 20 al 22 febbraio, ha accolto 1.255 espositori provenienti da 49 Paesi su una superficie espositiva di 47.500 metri quadrati, consolidando la propria identità di polo di attrazione globale per l'ampio e differenziato settore della fornitura per la fashion & luxury industry globale. Un'identità capace ogni edizione di cogliere il senso di un mercato in fase di costante cambiamento e trasformazione.

Non è un caso, dunque, che a Lineapelle96 (come al termine dell'edizione di settembre 2018) sia aumentata la presenza delle aziende clienti (+1% sull'edizione di febbraio 2018), in arrivo da un maggior numero di Paesi: 114. Significativa la crescita delle aziende visitatrici in arrivo da Portogallo (+6%), Stati Uniti (+6%), Francia (+2%), Regno Unito (+2%), Svizzera

(+8%), India (+7%), Cina (+2%), Giappone (+19%), Russia (+29%). Con la collaborazione di MISE e ICE sono stati organizzati, per alcune delegazioni estere, apprezzati tour di approfondimento nei distretti produttivi italiani, a ulteriore dimostrazione di come Lineapelle offra al suo target di riferimento opportunità di scoperta e conoscenza settoriale.

Lineapelle96 ha ribadito la propria indiscussa leadership globale, offrendo ai propri stakeholder la concreta possibilità – come ha dichiarato la maggioranza dei suoi espositori – di incontrare clienti “davvero interessati: i brand che vanno bene lavorano, soprattutto sulla qualità”. Dichiarazione che conferma quanto sia fragile la congiuntura in corso, che premia l'alto di gamma “e rende evidente la fatica del segmento medio”. E, allo stesso tempo, ha ulteriormente

aumentato la velocità di interazione tra fornitore e cliente, riducendo al minimo i tempi tra ordine e consegna, richiedendo di “giocare di anticipo sulla domanda, indovinare in che direzione andranno i mood, trovare soluzioni tecniche che possano essere di interesse per i clienti”. Massima qualità del prodotto, estrema efficienza di servizio, rapidità assoluta. Il tutto, tracciando un denominatore comune che da mission si è trasformato in una leva di marketing e comunicazione: il reale approccio sostenibile. Lineapelle96 ha ospitato tra i suoi stand la visita di Alberto Bonisoli, Ministro dei Beni e Attività Culturali, e di Cristina Tajani, Assessore alle Politiche del lavoro, Attività produttive, Commercio e Risorse umane del Comune di Milano. Alberto Bonisoli ha dichiarato di “essere estremamente convinto che l'evento fieristico

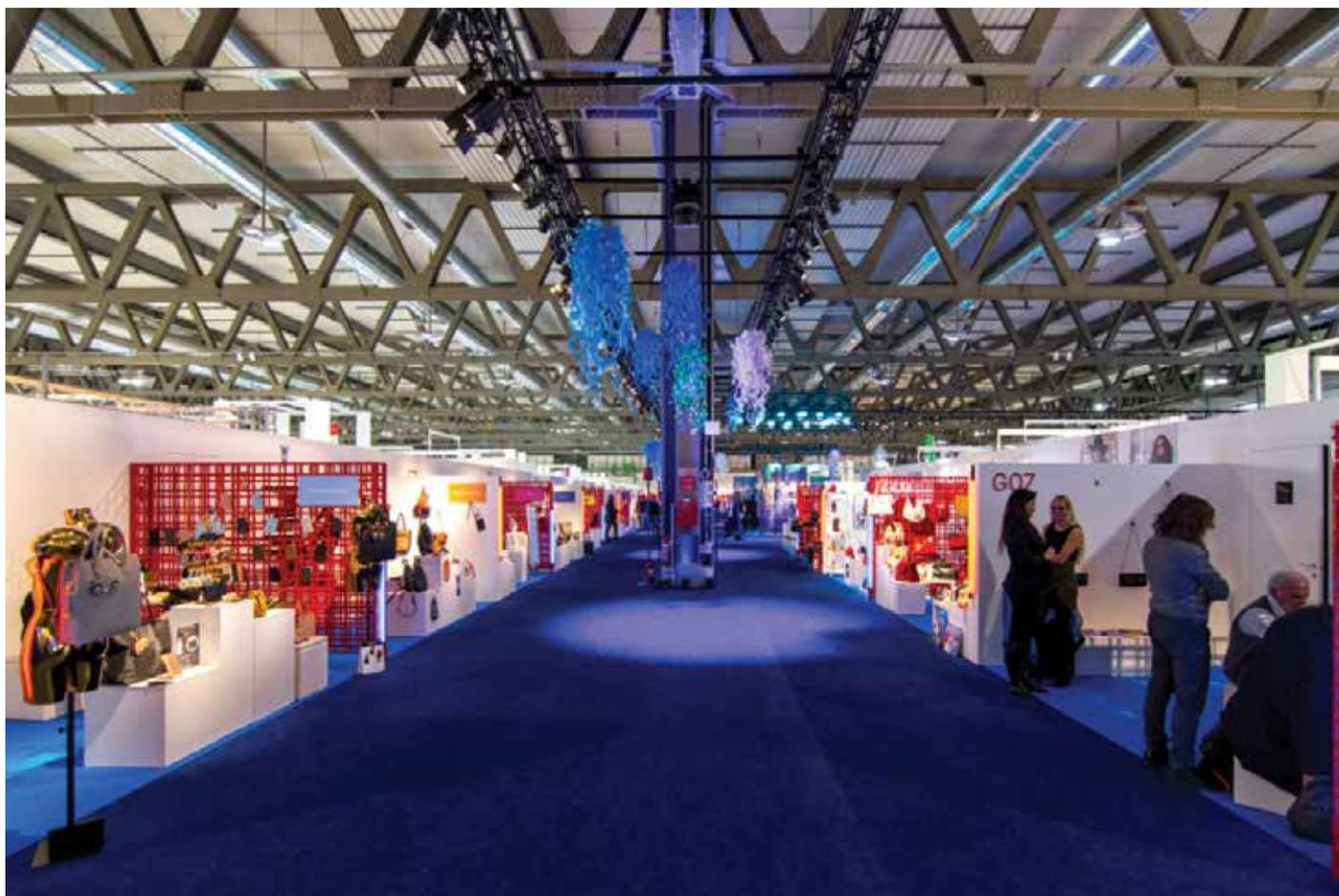
sia fondamentale, soprattutto per un settore industriale come quello italiano. In questi momenti fieristici le aziende riescono a mettere in atto strategie, trovare clienti ed essere qui, per me, significa testimoniare quanto tutto ciò sia importante e necessario da ricordare quando poi si vanno a prendere decisioni". In particolare, "ho voluto essere a Lineapelle per due ragioni perché rappresenta un settore parte attiva dell'intero comparto moda che è uno dei nostri cavalli di razza, che traina l'economia italiana, ci aiuta a svilupparci all'interno e ci dà prestigio a livello internazionale". Cristina Tajani ha sottolineato di "seguire la manifestazione da anni ed è bello vedere che dopo una congiuntura non facile, non abbia solo mantenuto il numero di espositori e la superficie, ma abbia consolidato la propria importanza a livello internazionale". Lineapelle96 ha presentato i temi stilistici per la stagione estiva 2020, elaborati dal suo Comitato Moda e riassunti dal tema Co-Natural. Alla luce di una suggestiva interpretazione di

un futuro basato sulla compenetrazione creativa tra fattore umano e tecnologico, le rinnovate tre Aree Trend e i seminari stilistici hanno messo l'accento su come la moda viva sempre più di contaminazioni inedite, imprevedibili, innovative. La parola d'ordine delle tendenze per l'estate 2020 è co-natural. E' questo il denominatore comune delle suggestioni creative elaborate dal Comitato Moda Lineapelle. Si basano su un'idea evolutiva che coniuga natura e tecnologia e sulla consapevolezza che la relazione tra l'uomo e quello che crea è ben più che simbiotica. È una dimensione concettuale, esistenziale ed estetica che unisce in sé il fattore umano e quello tecnologico, potenziandoli in una forma nuova, all'interno della quale risulta fondamentale esprimere una profonda sensibilità etica e sostenibile. I pattern cromatici sono suddivisi in 5 gruppi di colore in movimento, i cui confini sono sfumati, generando imprevedibili interazioni, inattese disarmonie, narrazioni dilatate.

Lineapelle96 è stata caratterizzata da due eventi, entrambi affollatissimi. Il primo ha proposto un approfondito e stimolante momento di confronto dal titolo "La Circolarità delle Pelli Italiane – Sostenibilità a 360°". Organizzato da Unic - Concerie Italiane (in collaborazione con Confindustria e Lineapelle), accanto a una galleria di prodotti ed accessori realizzati da imprese della filiera utilizzando scarti di lavorazione, ha dato voce a una serie di esperienze virtuose che dimostrano come "l'industria conciaria italiana ha saputo andare oltre il proprio orizzonte settoriale creando le condizioni affinché i propri scarti produttivi diventassero materie prime per altre filiere industriali, avviando vere e proprie simbiosi con l'intera catena del valore". Il secondo ha portato a Fieramilano Rho oltre 1.000 studenti delle scuole medie dei distretti conciari italiani per l'ottava edizione del concorso artistico Amici per la Pelle, organizzato da Unic-Concerie Italiane e quest'anno dedicato al tema cinematografico Movie Tan.



MIPEL 115, TRA SOSTENIBILITÀ E CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE



Sostenibilità, consapevolezza ambientale e responsabilità sociale. Sono state queste le parole d'ordine dell'edizione di Mipel numero 115 appena conclusasi. Si sono registrate presenze positive rispetto all'edizione precedente (+7%) e un leggero calo rispetto a febbraio 2018 (-2,99%). L'edizione 115 di Mipel, l'ultima sotto la presidenza di Riccardo Braccialini e la quarta guidata da Danny D'Alessandro, direttore generale di Assopellettieri e ceo di Mipel, ha fatto registrare 50 nuovi espositori e venti rientri d'eccellenza.

Prendendo a riferimento l'edizione scorsa è

stato registrato un calo delle visite dal sud est asiatico, mentre sono cresciuti i visitatori europei, con performance particolarmente positive da Federazione Russa (+33%), Spagna (+26%), Francia (+23%) e Germania (+21%). Nonostante le incertezze del mercato interno, l'Italia si conferma il top performer, facendo registrare +10% di presenze totali rispetto all'edizione di settembre 2018.

“Questo è il momento per tracciare un bilancio dell'attività svolta nell'ultimo periodo - commenta Riccardo Braccialini, presidente di Assopellettieri e di Mipel -. Malgrado le notevoli

difficoltà incontrate sono soddisfatto del lavoro svolto su Mipel durante il mio mandato. Con l'aiuto e il sostegno del consiglio generale di Assopellettieri e del cda di Aimpes Servizi, ente organizzatore di Mipel, abbiamo intrapreso un percorso che ha creato le condizioni per agevolare lo sviluppo del business a favore delle nostre aziende e favorire la partecipazione di players internazionali che hanno reso Mipel più contemporaneo e in grado di soddisfare le esigenze globali del mercato. Mi auguro che il testimone passi ad un imprenditore illuminato che continui il percorso di rinnovamento iniziato

quattro anni fa. Le misure apportate dall'organo amministrativo in carica hanno riconsegnato al mercato una manifestazione davvero internazionale, attrattiva per i buyer esteri e per gli espositori di tutto il mondo".

Tema della manifestazione è stata dunque la sostenibilità in tutte le sue accezioni (ambientale, sociale e lavoristica, per cominciare): in linea con le maggiori sensibilità del settore della moda, l'impegno sulla sostenibilità è una mission per Assopellettieri, che si propone di sviluppare un percorso di sensibilizzazione anche per rappresentare un punto di riferimento per le aziende di pelletteria che sviluppandosi al nuovo adotteranno un comportamento sempre più virtuoso. La consapevolezza ambientale è elemento cardine di progetti ed iniziative che Mipel propone per questa edizione, declinata anche nelle soluzioni creative.

In alcune aree espositive erano presenti le creazioni dell'artista Enrica Borghi, frutto del recupero di materiali che la nostra società rifiuta e scarta. Mipel è diventata un originale luogo espositivo in cui queste straordinarie opere danno un importante contributo al concetto di sostenibilità. Durante la manifestazione, l'artista

ha presentato anche la performance "Parade. Recycling Warriors Object" in cui maschere, corazze e armature generate da materiali dimenticati prendono vita grazie ai corpi delle ballerine della scuola di danza Mcf Belfiore Danza di Torino.

Per l'edizione 115 la speciale sezione di Scenario, dedicata ai designer internazionali e ai brand più cool, si è arricchita di nuovi spazi e di nuovi protagonisti. Successo per l'area dove viene sostenuto l'incontro tra designer emergenti e aziende di rilievo nel settore della pelletteria. Nella piazza di Scenario uno speciale allestimento ha valorizzato le proposte di "Mipel Tailor Made", il progetto fortemente voluto da Assopellettieri per sostenere il Made in Italy nel mondo. L'artigianalità di importanti aziende di pelletteria ha incontrato il talento di innovativi designer per la creazione di cinque "capsule collection", manifesto del futuro della pelletteria. Delle cinque collaborazioni presentate in questa edizione, due erano al loro debutto internazionale: Athison e Bav Tailor insieme per la prima volta con, rispettivamente, Valentino Orlandi e Andrea Ciccolo. Il brand Laurafed torna a Mipel con il nuovo partner Ripani. Rinnovano

la loro collaborazione Arcadia e Irma Cipolletta e Claudia Firenze con Annalisa Caricato.

Patrocinato da Camera Nazionale Moda Italiana, Scenario International si è presentato come il luogo privilegiato per presentare una funzionale sinergia tra creatività italiana e mercati esteri.

Tre buyer tra i più rappresentativi del panorama internazionale hanno supportato all'estero quattro giovani designer italiani: il giapponese Hinka Rinka presenta Amine S1 e Miss Paloma, il coreano Alan's si lega a Paoli mentre il coreano Rare Tag adotta Visone.

Mipel 115 ha visto anche l'ampliamento della sezione dedicata ai trend, diventando così avamposto di tendenza per il futuro. L'area, posizionata all'interno del corridoio centrale di Scenario interpreta tre concetti: Performer, Master, Swifter. Grazie alla collaborazione con Unic - Concerie Italiane - i visitatori hanno potuto osservare da vicino e toccare i pellami ed i prodotti.

La prossima edizione di Mipel si svolgerà dal 15 al 18 settembre 2019 presso Fieramilano-Rho, in concomitanza con Micam, Ho.mi, la fiera degli stili di vita, e in sovrapposizione con la settimana della moda.





Associazione di Volontariato
GIOCO E BENESSERE IN PEDIATRIA ONLUS

Dipartimento di Pediatria di Padova
via Giustiniani 3 - 35128 PADOVA
Registro Regionale n. PD0192 - Registro comunale N. 2131

Tel. 049.8211485 - 049.8213633
www.giocoebenessere.it

FOOTBALL

SHOES

 BUSINESS
shoes





Fashion Wall Lab srl

Via Capriccio, 3/A - 35010 Vigonza (Pd) - Tel. 049 5206623

Indirizzo PEC: fashionwalllabsrl@legalmail.it

www.fashionwall.it

cell. 3498353163

info@fashionwall.it

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



A FOSSÒ L'IDENTITÀ CALZATURIERA DEL TERRITORIO HA PRESO **FORMA E COLORE** ATTRAVERSO **SEI MURALES**



di **Diego Mazzetto**

A Fossò la scarpa, da sempre elemento distintivo della Riviera del Brenta, è diventata protagonista anche di sei murales inaugurati lo scorso 8 marzo.

L'Amministrazione comunale, in collaborazione con E-Distribuzione, ha deciso di valorizzare questo prodotto di eccellenza dell'industria calzaturiera con sei murales realizzati in più punti del territorio. La scelta è caduta su due strutture di proprietà dell'azienda del Gruppo Enel per la gestione della rete elettrica: E-Distribuzione,

infatti, già da molti anni si è resa disponibile a iniziative di integrazione e valorizzazione dei propri impianti rispetto a specifiche progettualità condivise con il territorio.

I pittori, per queste "tele" del tutto particolari, provengono da un'altra eccellenza del nostro territorio, il Liceo Artistico Statale "Michelangelo Guggenheim" di Venezia con il quale il Comune di Fossò ha sottoscritto una convenzione alcuni mesi fa, oltre che da ex studenti del Liceo, ora costituitisi in "Associazione Centro dell'Arte".

Alla cerimonia d'inaugurazione, una vera festa con il tradizionale taglio del nastro, sono intervenuti: il consigliere della Regione Veneto Gabriele

Michieletto; una delegazione di E-Distribuzione con Francesco Rondi Responsabile Area Nord, Carla Falchi responsabile della Zona di Venezia e Bruna Barzan, il dirigente di Enel Gianni Mura; Confindustria Venezia con il presidente Vincenzo Marinese e il direttore generale Gianpiero Menegazzo, il vice dirigente del Liceo Marco Lorusso, il prof. Maurizio Favaretto, che ha ispirato e guidato la dipintura dei murales, con gli alunni della classe IV B del Liceo, Lucia Chiaregato dell'Associazione "Centro dell'Arte" di Venezia, il Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta con il direttore Claudia Simionato e Lietta Smajato del Direttivo, la vice dirigente scolastica

dell'Istituto Comprensivo "E. L. Corner" di Fossò Laura Garato, l'Amministrazione comunale guidata dal Sindaco Federica Boscaro, gli alunni della classe IV di Sandon e classe IV A di Fossò, premiati nel 2017 e nel 2018 con il premio letterario collegato al Concorso internazionale di illustrazione "Scarpetta d'Oro", coordinati dagli insegnanti Fini e Deppieri, che hanno dato lettura ai loro elaborati.

Dopo il taglio del nastro la prof.ssa Lucia Chiaregato ha illustrato i murales dipinti sulla cabina elettrica in Via Provinciale Sud a Sandon, mentre i ragazzi del Liceo hanno illustrato i murales della cabina, appena scoperta, di viale Pisani.

Gli intervenuti hanno sottolineato come questa inaugurazione sia avvenuta in un giorno significativo come l'otto marzo, hanno ricordato l'eccellenza dell'industria calzaturiera della

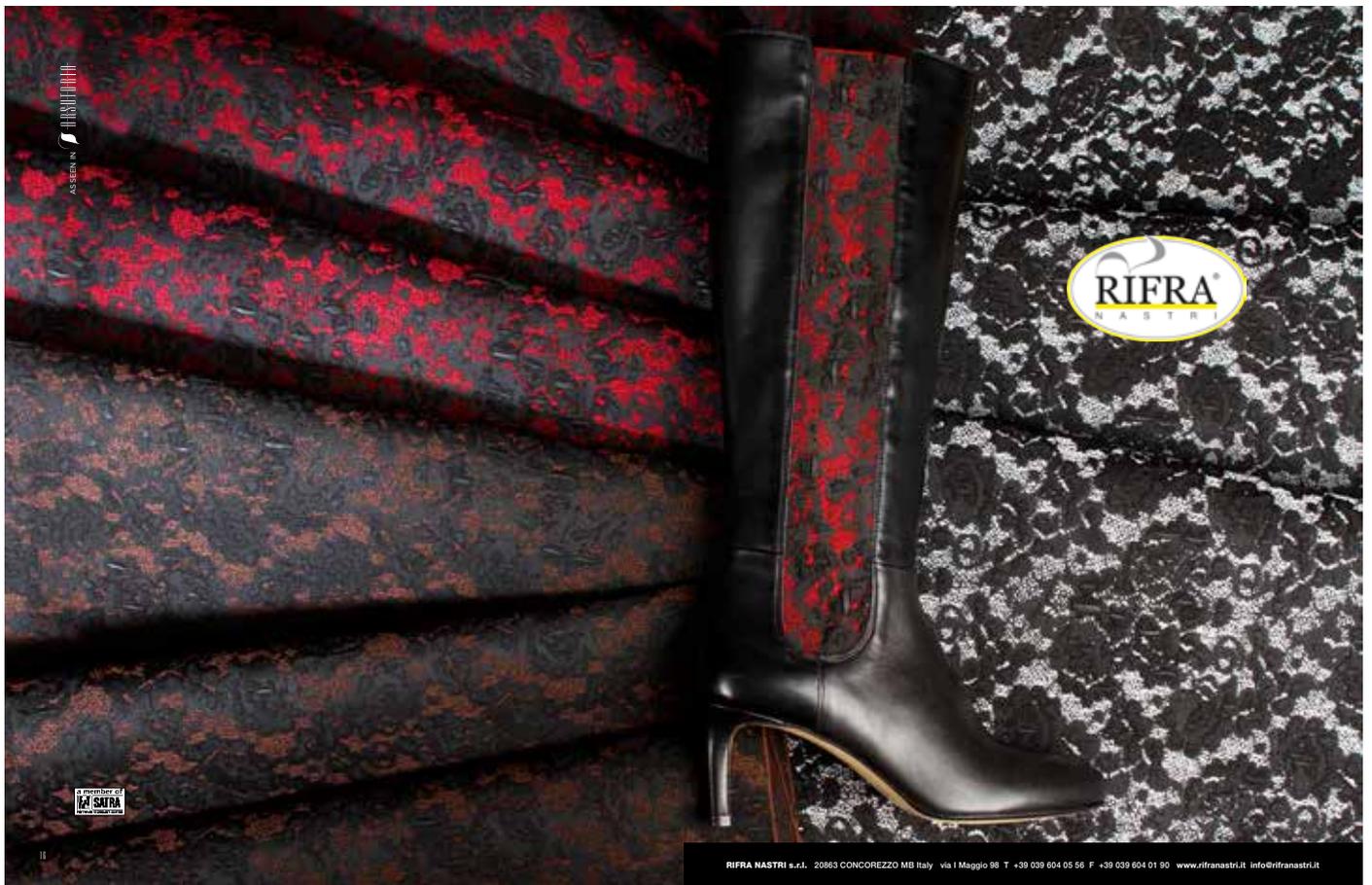
Riviera del Brenta e il suo valore sociale e culturale. Molto apprezzata l'alta qualità artistica dei murales e il lavoro di squadra messo in campo dall'Amministrazione comunale, da una grande azienda come E-Distribuzione e dal Liceo Michelangelo Guggenheim. Tutti, a partire dal rappresentante della Regione Veneto Gabriele Michieletto e dal presidente di Confindustria Venezia Vincenzo Marinese, hanno condiviso la volontà dell'amministrazione comunale di dare continuità al progetto dipingendo altre cabine e realizzando interventi simili su altri edifici, cosicché, chiunque entra o esce dal Comune di Fossò, sia salutato da un'immagine che lo faccia piacevolmente ripensare alla bellezza e all'amore espressi dall'opera d'arte e alla bellezza del suo prodotto industriale più caratteristico.

Il presidente di Confindustria Venezia Rovigo, Vincenzo Marinese: *"Questo evento dimostra un*

importante gioco di squadra. Un'amministrazione sana, una Regione vicina, una politica partecipe della vita del cittadino, un'azienda, E-distribuzione, che pur non avendone bisogno è presente nel territorio. Un gioco di squadra cui partecipa il tessuto di piccole e medie imprese calzaturiere, eccellenza di questi luoghi. Hanno avuto il coraggio di affrontare la crisi, di crescere e investire sul territorio anche con premi dedicati, come Scarpetta d'Oro."

Alla fine degli interventi istituzionali, gli allievi della classe ex IV della Scuola Primaria A. Volta di Sandon – vincitori del concorso Scarpetta d'Oro Scuole nel 2017 con la favola "Credere nei Sogni", e gli allievi della ex IV A della Scuola Primaria G. Marconi di Fosso – secondi classificati al concorso 2018 con la favola "Impronte fatate" – hanno letto le proprie favole al pubblico presente.





MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



Per informazioni www.lovatoforniture.it

PRODUZIONE SOTTOPIEDI
E ANATOMICI

P.A.T. SRL



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

Madrid
FOOTBALL GUIDE



Edizioni INCONTROPIEDE

FOOTBALL CITY GUIDES - MADRID

In vendita su
www.incontropiede.it



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

**TINTURA ALL'ACQUA
PER BORDI FENICE**



Rivenditore autorizzato
www.lovatoforniture.it

SIMAC TANNING TECH: UN'EDIZIONE IN CONTROTENDENZA



Simac Tanning Tech ha chiuso l'edizione 2019 in controtendenza rispetto alla situazione del quadro economico internazionale. Si è registrata infatti grande affluenza di visitatori, ai livelli record del febbraio 2018, quando non si erano ancora manifestati i segnali di rallentamento che hanno caratterizzato il secondo semestre dell'anno scorso.

"E' stato premiato l'impegno degli espositori a presentare sistemi e tecnologie performanti, sicure, eco-compatibili e capaci di rispondere a qualsiasi esigenza produttiva. Un percorso - afferma Gabriella Marchioni Bocca, presidente di

Simac Tanning Tech - che l'industria italiana, che rappresenta circa il 50% dell'export mondiale del comparto, ha avviato e intende perseguire con molto impegno. Non a caso Assomac, l'Associazione che rappresenta i produttori di tecnologie per la calzatura, pelletteria e conceria, ha dato vita al progetto "Supplier of Sustainable Technologies", di cui Targa Verde è un elemento concreto, volontario e certificato da un ente terzo per attestare l'impatto in termini di Cfp (carbon footprint) delle macchine prodotte dalle aziende".

Con questa edizione si è registrato anche un

forte aumento delle procedure di accredito online, oltre 5.500 da tutto il mondo, rispetto a quelle effettuate in fiera. Un'attestazione di successo, visto che la visita a Simac Tanning Tech non viene improvvisata all'ultimo momento, ma programmata con largo anticipo.

Grande soddisfazione da parte dei 160 operatori che facevano parte delle delegazioni estere invitate a visitare la manifestazione dalla collaborazione avviata con Ice Agenzia il cui presidente, Carlo Ferro, ha visitato la manifestazione. Tutti gli operatori - provenienti da Bosnia Erzegovina, Cina, Egitto, Kenya, India,

Indonesia, Iran, Marocco, Messico, Pakistan, Palestina, Polonia, Romania, Russia, Serbia, Sudafrica, Tunisia, Uzbekistan e Vietnam – sono rimasti impressionati dall'alto livello delle macchine e delle tecnologie esposte negli stand. "Nel nostro Paese - ha detto un imprenditore calzaturiero membro della delegazione cinese - abbiamo capito che la soluzione per restare competitivi, anche a causa dell'innalzamento dei costi generali, è l'utilizzo di sistemi di produzione sempre più performanti. E le soluzioni più innovative le troviamo solo qui a Milano a Simac Tanning Tech". Commenti positivi anche degli operatori dell'Uzbekistan, un Paese dove sono in atto forti investimenti, grazie a finanziamenti pubblici, nel settore conciario e calzaturiero. Della delegazione vietnamita (il paese è il secondo esportatore mondiale di calzature dopo la Cina) facevano parte due funzionari del Ministero dell'Industria venuti in Italia per "studiare le opportunità delle nuove tecnologie di Industria 4.0 anche in attesa di varare provvedimenti ad hoc per facilitare l'import di tecnologie innovative".

Adesso si attendono gli esiti del follow up della manifestazione, ma le premesse sono buone. Il forte interesse manifestato in fiera a Milano si concretizzerà nel prossimo futuro in contratti,

è l'auspicio degli espositori. Molto dipenderà dal quadro economico internazionale: le varie "turbolenze" finanziarie, valutarie e geopolitiche; la "guerra dei dazi" tra Pechino e Washington, che sembra fortunatamente attenuarsi; oppure la "tenuta" di Paesi importanti come India e Indonesia dove quest'anno si tengono le elezioni generali.

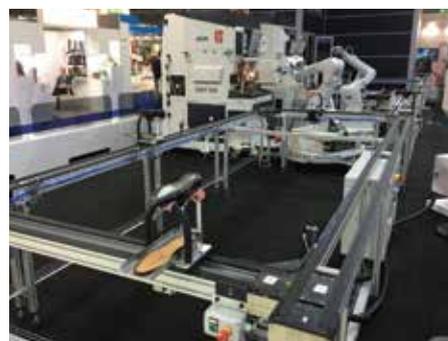
Sono state ben 322, provenienti da 24 Paesi, le aziende espositrici presenti su una superficie espositiva netta che quest'anno ha sfiorato i 19.000 metri quadrati netti. Sono stati in aumento, rispetto all'edizione 2018, gli espositori, i Paesi di provenienza e la superficie netta espositiva. Una riprova di quanto la manifestazione si confermi come il punto di riferimento a livello mondiale dei più importanti produttori di macchinari e tecnologie per la filiera industriale pelle-calzature.

Quest'anno la Fiera è arrivata in un contesto internazionale molto delicato, anche a causa dei "venti" protezionistici, che presenta dei segnali meno incoraggianti rispetto al passato. Il settore italiano delle macchine e tecnologie per calzature, pelletteria e conceria, che rappresenta quasi il 50% del valore dell'export mondiale di questo settore, dopo cinque anni di crescita consistente, con tassi a due cifre, ha chiuso il

2018 in linea con l'anno precedente. Stabili le vendite sul mercato interno e le esportazioni, che rappresentano oltre il 75% del fatturato del settore.

"Anche per far fronte al momento particolare che stiamo attraversando a livello internazionale - sottolinea il presidente di Simac Tanning Tech - abbiamo assistito ad una manifestazione prevalentemente orientata alla presentazione di sistemi e tecnologie capaci di rispondere a qualsiasi esigenza della produzione secondo criteri di eco-sostenibilità e risparmio energetico. E' una strada, quella delle tecnologie performanti, sicure e compatibili con l'ambiente, che le imprese intendono proseguire con sempre più determinazione. Infatti, nel quadro della sostenibilità dei processi produttivi, anche il settore della lavorazione della pelle ha preso consapevolezza della necessità di dotarsi di strumenti e macchinari eco-compatibili".

A Simac Tanning Tech 2019 è stato possibile inoltre trovare anche nuove tipologie di macchinari, come la stampa digitale su pelle, la commistione con il mondo del tessile, la stampa 3d e l'integrazione ad Industria 4.0 per macchine sempre più interconnesse e "smart".



ANNUNCIATI I FINALISTI DELLA 24[^] EDIZIONE DEL CONCORSO LETTERARIO CAMPIELLO GIOVANI



di **Diego Mazzetto**

Lo scorso 5 aprile è stata selezionata a Verona la cinquana finalista della 24[^] edizione del Campiello Giovani, concorso letterario rivolto ai ragazzi tra i 15 e i 22 anni, organizzato dalla Fondazione Il Campiello - Confindustria Veneto.

L'annuncio della cinquana è avvenuto durante uno spettacolo al Teatro Nuovo di Verona, organizzato in collaborazione con Confindustria Verona, che ha visto protagonisti i 25 semifinalisti di questa edizione del Campiello Giovani. A condurlo i comici di Zelig Federico Basso, Davide Paniate e Alessandro Betti, che hanno coinvolto i ragazzi e intrattenuto il pubblico formato da numerosi studenti delle

scuole superiori del Veneto e di altre regioni, rappresentanti del mondo dell'impresa e delle istituzioni scolastiche tra spaccati di musica, ballo e recitazioni teatrali.

Ecco i nomi dei cinque finalisti: Deborah Calian, 18 anni di Oppeano (VR), con il racconto "Folli e felici", Beatrice Fantuzzi, 17 anni di Arcugnano (VI), con il racconto "Sostanza", Lorenzo Moscardini, 21 anni di Roma, con il racconto "La ragazza dai capelli neri", Cecilia Pegoraro, 17 anni di Castelfranco Veneto (TV), con il racconto "Amor vincit omnia", Matteo Porru, 18 anni di Cagliari, con il racconto "Talismani".

Piero Luxardo, Presidente del Comitato di Gestione del Premio Campiello ha dichiarato: "Il Campiello è un progetto culturale unico, un fiore all'occhiello degli industriali del Veneto che sostengono il Concorso dando un contributo

fondamentale alla letteratura italiana e che, con il Campiello Giovani, offrono spazio alla creatività dei ragazzi, intercettando così i migliori talenti. In un'epoca in cui la quotidianità è fatta di testi sempre più brevi, schematici e sbrigativi, il Campiello Giovani promuove e premia una forma di scrittura sorvegliata e riflessiva; sono tanti i manoscritti che riceviamo ogni anno e che ben rappresentano l'importanza di un testo articolato in chiave espressiva e argomentativa. Ci fa piacere che proprio questo tipo di scrittura sia quello prevalentemente adottato dai tantissimi giovani che partecipano al concorso, ai quali vanno i miei complimenti con l'augurio che la loro passione possa non spegnersi mai." Il vincitore del Campiello Giovani sarà proclamato sabato 14 settembre 2019 durante la conferenza stampa finale del Premio Campiello e premiato la sera stessa sul palco del Teatro La Fenice di Venezia in occasione della cerimonia finale del concorso rivolto ai senior.

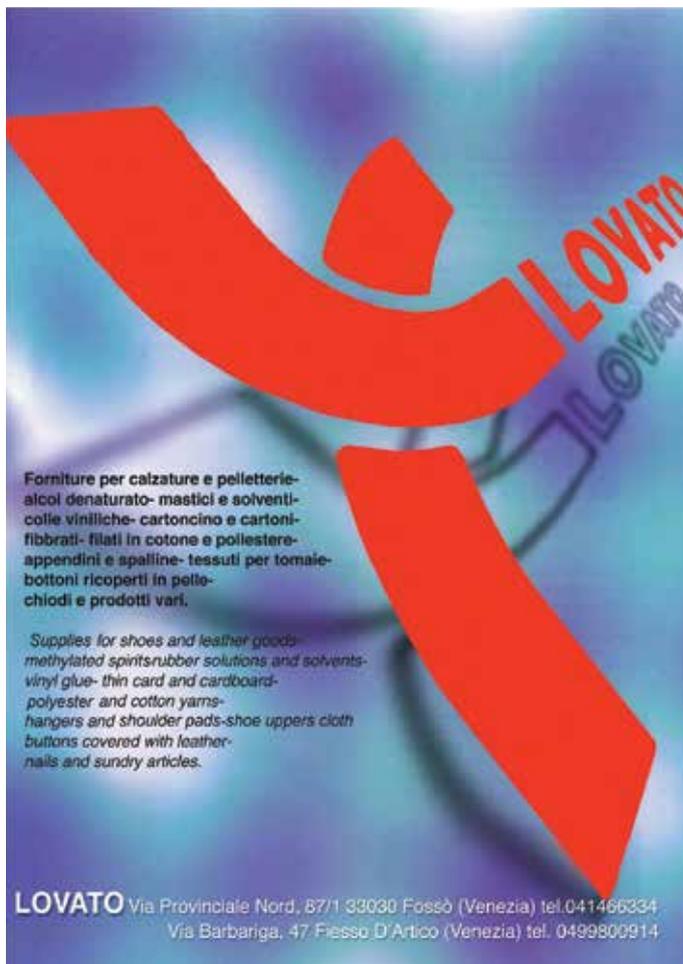
Il vincitore del Campiello Giovani si aggiudica un viaggio studio in un paese europeo. Da alcune edizioni, inoltre, grazie alla collaborazione con il MIUR il vincitore è inserito nella giuria delle Olimpiadi di Italiano, mentre il vincitore delle Olimpiadi entra nella Giuria allargata del Campiello Giovani. A partire da quest'anno, a seguito dell'accordo di collaborazione tra Fondazione Il Campiello e Movimento Nazionale dei Giovani Imprenditori di Confindustria, sarà inoltre attribuita una menzione speciale al racconto, tra tutti quelli che hanno partecipato all'edizione 2019, che abbia sviluppato le tematiche riconducibili alla cultura di impresa.

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



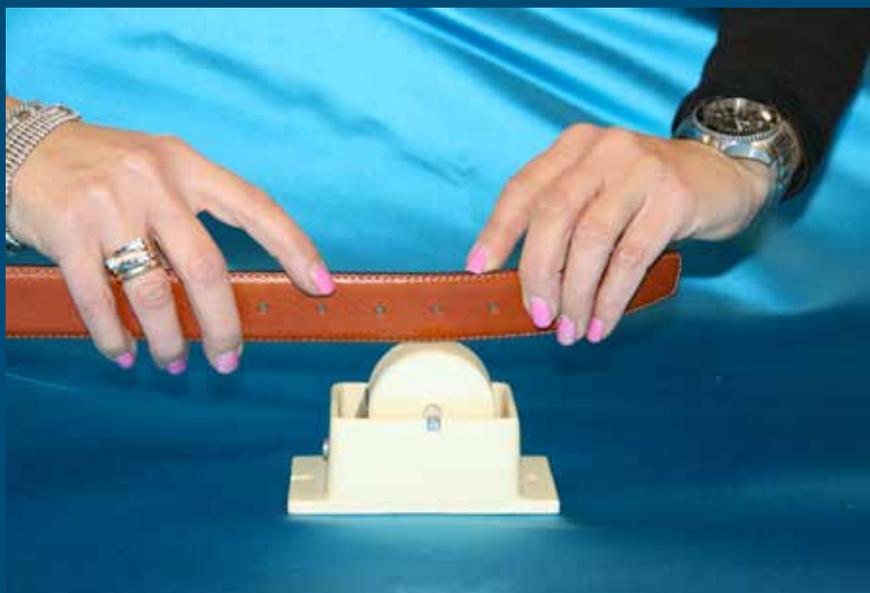
Forniture per calzature e pelletterie-
alcol denaturato- mastici e solventi-
colle viniliche- cartoncino e cartoni-
fibrati- filati in cotone e poliestere-
appendini e spalline- tessuti per tomaie-
bottoni ricoperti in pelle-
chiodi e prodotti vari.

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

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

MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua

NOVITA'



Per informazioni www.lovatorforniture.it

PRESENTATO A **VILLA SAGREDO** DI VIGONOVO L'OTTAVO VOLUME DELLA COLLANA **LUOGHI E ITINERARI DELLA RIVIERA DEL BRENTA E DEL MIRANESE**



Lo scorso 15 febbraio, nella splendida cornice di villa Sagredo a Vigonovo, è stato presentato a un numeroso pubblico l'ottavo volume della collana "Luoghi e itinerari della Riviera del Brenta e del Miranese", a cura dell'architetto Antonio Draghi. Questa interessante iniziativa culturale è nata, e prosegue il suo cammino, grazie al sostegno dell'Associazione dei Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana della Riviera del Brenta presieduta con dedizione e impegno dal Grande Ufficiale Pasquale Di Gennaro.

Otto saggi costituiscono il volume, frutto di indagini storiche condotte da ricercatori del

territorio, che hanno il pregio di descrivere le bellezze artistiche della zona attraverso documentazioni archivistiche spesso inedite.

Nella presentazione del curatore si coglie l'essenza del progetto culturale: "Le nostre ricerche - scrive Draghi - hanno lo scopo di approfondire, sviluppare e divulgare la consapevolezza della rilevanza storica e artistica della Riviera e del Miranese, di farlo senza rincorrere leggende, senza cullarsi nei luoghi comuni ma attenendosi alla storia vera".

L'affascinante viaggio per la Riviera del Brenta e del Miranese che gli autori propongono nell'opera editoriale (significativa la foto di copertina di Elena Romanin con la torre dell'ex officina idraulica del Magistrato alle acque a Stra), ha inizio con l'interessantissimo saggio di Mauro Manfrin che affronta la storia della "villa delle api" a Dolo, il luogo dove nacque lo "smelatore": strumento fondamentale per la storia dell'apicoltura.

Il saggio successivo, scritto da Diego Mazzetto, racconta l'inedita vicenda storica del complesso dominicale di villa Sansoni, Barbaro, Dragonetti, Giantin in Campoverardo: una dimora immersa nella campagna con un oratorio ricco di preziosi affreschi. Giampaolo Zampieri ci riporta invece nell'epoca risorgimentale narrando le gesta di Giovanni Rizzo: un eroe garibaldino nato a Dolo. Il prof. Antonio Foscarini, attraverso il suo saggio

sulla villa Malcontenta, ha reso note le vicende della piazza e della cappella della famosa villa del Palladio, oggi perdute.

A seguire Dario Giuseppe Maso ha esaminato la Riviera del Brenta nella sua unicità paesaggistica, riconoscendo il suo valore non solo nelle bellezze storico-artistiche, ma anche ambientali.

Mario Canato ha invece indagato le vicende storiche della famiglia Molin: la nobile casata veneziana presente nei secoli con varie proprietà nella Riviera del Brenta e nel Miranese. A chiudere la raccolta dei saggi, la sempre accattivante ricerca di Vittorio Pampagnin sui Modi di Dire di un tempo: un patrimonio di tradizione orale che non deve essere perduto. L'Associazione dei Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana della Riviera del Brenta, che promuove la pregevole opera editoriale, si distingue non solo nel mondo della cultura.

Il sodalizio, infatti, si è reso protagonista nei mesi scorsi di un gesto concreto di solidarietà nei confronti delle aree montane devastate dall'eccezionale maltempo: un'iniziativa di importante valore civico che il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia ha particolarmente apprezzato inviando una sentita lettera di ringraziamento al Presidente Pasquale Di Gennaro.

RIPARATORE PER CAMOSCIO

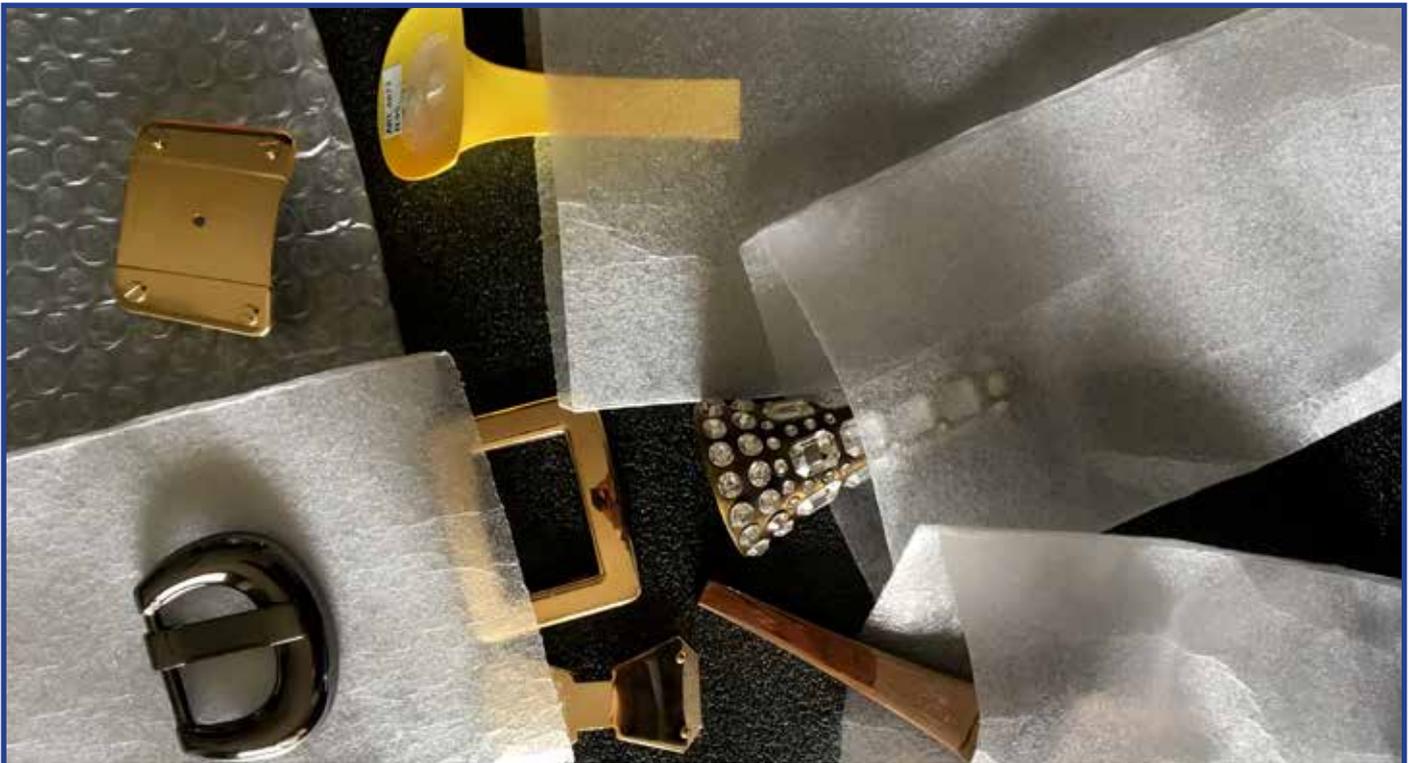


**In vendita esclusiva da Lovato Federico
tel. 041 466334 lovatofed@virgilio.it**



Solidalia Società Cooperativa Sociale
Via del Progresso, 26 - 35010 Vigonza (PD)
Tel. 049.626980

info@coopsolidalia.com - calzature@coopsolidalia.com



**VENDITA FOGLI E BUSTE IN POLIPROPILENE CON MISURE PERSONALIZZATE
IN VENDITA DA LOVATO - FOSSÒ (VE) - Tel. 041.466334 - lovatofed@virgilio.it**



NASTROTEX
CUFRA SPA

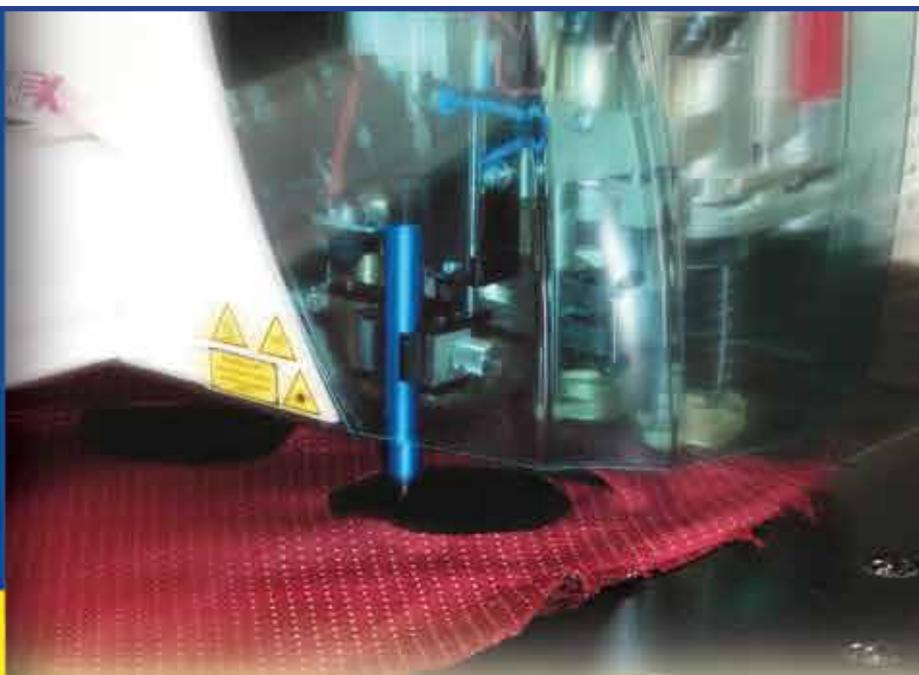


TRANCERIA

T.EMME2

CAD - CAM

Risparmia tessuto!!!
Simulazione di taglio
e materiale gratuito



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

50
YEARS
ANNIVERSARY

DUEGI SCATOLIFICIO
Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Villatora di Saonara
Tel. +39 049 640366 - Fax +39 049 644888
info@scatoleduegi.it - www.scatoleduegi.it

f in



Il marchio della
gestione forestale
responsabile

DUEGI

UNI EN ISO 9001:2015



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO

Progettazione, produzione e commercializzazione di scatole rivestite internamente ed esternamente per vari settori merceologici.

Design, manufacture and trade of internally and externally lined boxes for various commodity sectors.



SPAGNA, COME RINASCERE DALLA CRISI

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



L'economia spagnola ha subito in maniera importante le conseguenze della crisi economica mondiale del 2008-2009, ma è anche tra quelle che ha saputo reagire meglio. Da molti anni la Spagna è al centro delle critiche dei Paesi del Nord Europa a causa delle inefficienze che caratterizzano la sua economia. Si sono ormai diffusi gli acronimi offensivi PIGS e PIIGGS (inventati dalla stampa economica anglosassone) che indicano gruppi di Paesi con economie caratterizzate da un alto debito pubblico, da un sistema bancario debole o instabile, da scarsa efficienza e produttività. L'acronimo PIGS (che in inglese significa "maiali") deriva dalle iniziali di quattro Paesi del Sud Europa: Portogallo, Italia, Grecia e Spagna; l'acronimo PIIGGS (che si pronuncia come PIGS e ha lo stesso significato negativo) deriva dalle iniziali di sei Paesi ad alto debito pubblico: Portogallo, Italia, Irlanda, Grecia, Gran Bretagna e Spagna. Ciascuno di questi Paesi ha economie con

caratteristiche, storia, livelli di sviluppo, punti di forza e di debolezza diversi, e chiaramente ciascuno di essi ha affrontato le difficoltà portate dalla crisi in maniera diversa. Le economie più deboli, come quelle portoghese, greca e irlandese, hanno sostanzialmente subito le direttive e le dure misure imposte dall'UE e da altri organismi internazionali come il Fondo Monetario Internazionale, che hanno in parte risanato l'economia ma a prezzo di una importante perdita di sovranità, di un impoverimento complessivo della popolazione, di un aumento della disoccupazione e di un sostanziale aggravamento della crisi economica nel breve termine. I Paesi con le economie più forti, Italia e Gran Bretagna (entrambi membri del G7) hanno invece varato in autonomia riforme economiche che hanno fermato la recessione e riportato l'economia su un sentiero di debole crescita.

La Spagna invece ha agito in maniera diversa: semplificando, prima ha salvato le banche

sull'orlo del fallimento (come la Germania e l'Austria, prima che fosse vietato dalla normativa europea), poi ha iniziato un massiccio programma di investimenti pubblici che non solo ha invertito la tendenza dell'economia ma la ha riportata su un sentiero di crescita impetuoso. Nell'ultimo trimestre del 2018 l'economia spagnola ha dato il maggior contributo alla crescita dell'area euro, e la Spagna è il Paese che cresce di più tra le grandi economie europee. Inoltre è al quinto anno consecutivo di crescita forte, con il Pil che ha chiuso il 2018 con una crescita del 2,6%, che è il tasso di crescita più basso dell'economia spagnola dal 2014, ma che corrisponde al triplo della crescita dell'economia italiana. Il Pil spagnolo è rimasto in territorio negativo fino al 2013 (dopo qualche anno di ribassi che hanno toccato anche il 4-5% annuo), per poi iniziare un poderoso rialzo con aumenti dal 3,1% al 3,4% all'anno dal 2015 al 2017. Dopo l'aumento del 2,6% del 2018, le previsioni per il futuro vedono una



crescita dell'economia spagnola più debole ma comunque in forte rialzo rispetto alle altre economie europee: un aumento del 2,2% nel 2019 (più del doppio della Germania), dell'1,9% nel 2020 e dell'1,7% nel 2021.

Altro indicatore macroeconomico in cui la Spagna è stata in grado di ottenere ottimi risultati è il tasso di inflazione, che è stato in territorio negativo nel periodo 2014-2016 (tra il -0,2% del 2014 e il -0,6% del 2015), poi è salito all'1,6%-2% nel biennio 2017-2018. Nei primi mesi del 2019 la tendenza è intorno all'1,2%-1,4%, in linea con le previsioni della Banca Centrale Europea. In costante crescita anche il Pil pro-capite, salito dai circa 32 mila dollari del 2012 ai quasi 40 mila dollari del 2017. Alla base della performance dell'economia spagnola ci sono diversi fattori, alcuni dei quali abbiamo già anticipato: l'aumento degli investimenti pubblici, l'aumento delle esportazioni, la ripresa della domanda interna, le migliorate condizioni di accesso al credito. A

questi si aggiungono alcuni fattori esterni come il basso costo del petrolio, la debolezza dell'euro (che ha favorito le esportazioni) e i bassi tassi di interesse.

La performance dell'economia spagnola è impressionante, tanto da far parlare di vero e proprio miracolo economico, soprattutto considerando che tra il 2007 e il 2014 la Spagna ha perso quasi 4 milioni di posti di lavoro, con i salari reali scesi del 10% e un settore edile che si è praticamente fermato.

Rimangono però pesanti ombre sull'economia spagnola, perché sotto le cifre incredibili della crescita si nascondono diversi dati contrastanti e qualche ombra sul futuro. Innanzitutto il debito pubblico, che è passato dal circa 35% del Pil del 2008 al 98,3% del Pil del 2018 (dopo aver toccato il 100% del Pil nel 2014). Le cause dell'aumento esponenziale del debito pubblico vanno ricercate nel deficit annuale che ha toccato anche l'11% (nel 2009) negli ultimi dieci anni: solo nel 2018 la Spagna è

riuscita a rientrare entro i parametri europei del 3% chiudendo la procedura di infrazione aperta dall'UE.

Poi bisogna considerare il tasso di disoccupazione, che è passato dal 26% degli anni post scoppio della crisi al 17,2% del 2017, secondo solo al tasso di disoccupazione della Grecia. A questo dato fanno compagnia il maggior numero di disoccupati dell'Unione europea (circa 3,3 milioni) e uno dei più alti tassi di povertà, segno che la crescita economica ha toccato in maniera non uniforme il Paese. Infine vanno considerate le spinte autonomiste e la situazione politica estremamente instabile, che ha portato la Spagna ad andare ad elezioni anticipate ben tre volte in pochi anni.

In sostanza gli economisti sono concordi nel trovare nella profondità del crollo dell'economia durante la crisi i motivi della crescita così poderosa: prendiamo per esempio l'occupazione, che dopo il crollo durante la crisi, è cresciuta del 3% in ciascuno degli ultimi quattro anni,



con una creazione di posti di lavoro negli ultimi due anni di poco inferiore a quella tedesca nonostante una forza lavoro che è pari a meno del 50%. La crescita dell'occupazione ha fatto aumentare i consumi delle famiglie (+2,2% nel 2018) che hanno trainato la corsa del Pil. L'economia spagnola è meno dipendente dalle esportazioni di quelle di altri grandi Paesi come Germania e Italia, che stanno soffrendo per le tensioni commerciali con la Cina: così la Spagna sta approfittando della crescita della domanda interna per far aumentare il Pil, favorita anche dalla ripresa del mercato del credito e dal boom degli investimenti (aumentati nel 2018 del 4,6%). Inoltre il Pil spagnolo è cresciuto grazie anche all'aumento delle esportazioni

(che rimangono comunque molto basse rispetto ad altri Paesi dell'Eurozona) grazie alle più favorevoli condizioni del mercato del lavoro, con significativi ribassi dei salari che hanno reso più competitive le esportazioni spagnole, e al boom del turismo. In entrambi i casi l'economia ne ha tratto vantaggio e ha portato a un forte aggiustamento della bilancia commerciale, storicamente molto negativo.

La bilancia commerciale spagnola è infatti migliorata sensibilmente negli ultimi anni anche se rimane negativa. Nel 2018 le esportazioni spagnole si sono attestate a circa 285 miliardi di euro, mentre le importazioni hanno toccato i 318 miliardi di euro. Tra i principali Paesi di prodotti e servizi spagnoli troviamo (stabili negli

ultimi anni) la Francia con circa 43 miliardi di euro di controvalore, la Germania (30 miliardi) e l'Italia (22 miliardi). Tra i principali fornitori ci sono la Germania (40 miliardi di euro), la Francia (34 miliardi) e la Cina (26 miliardi), seguite dall'Italia in quarta posizione con circa 22 miliardi di euro. Tra i principali prodotti esportati dalla Spagna si trovano quelli dei settori automobilistico, alimentare e chimico; tra i principali prodotti importati si trovano quelli dei settori chimico, automobilistico, elettronico e minerario.



ARMIDA SRL

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

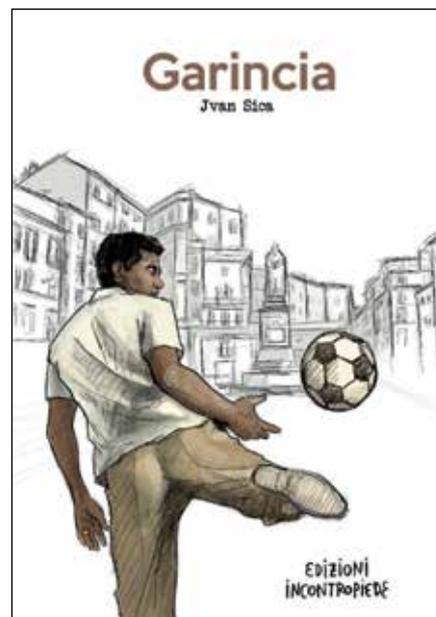
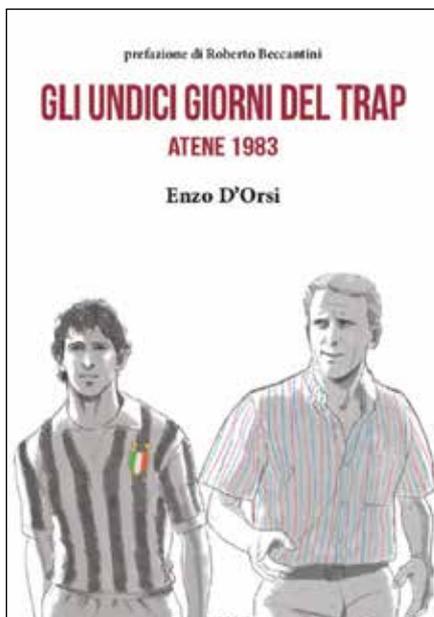
ORMAC CHALLENGER TRACER



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

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

EDIZIONI INCONTROPIEDE

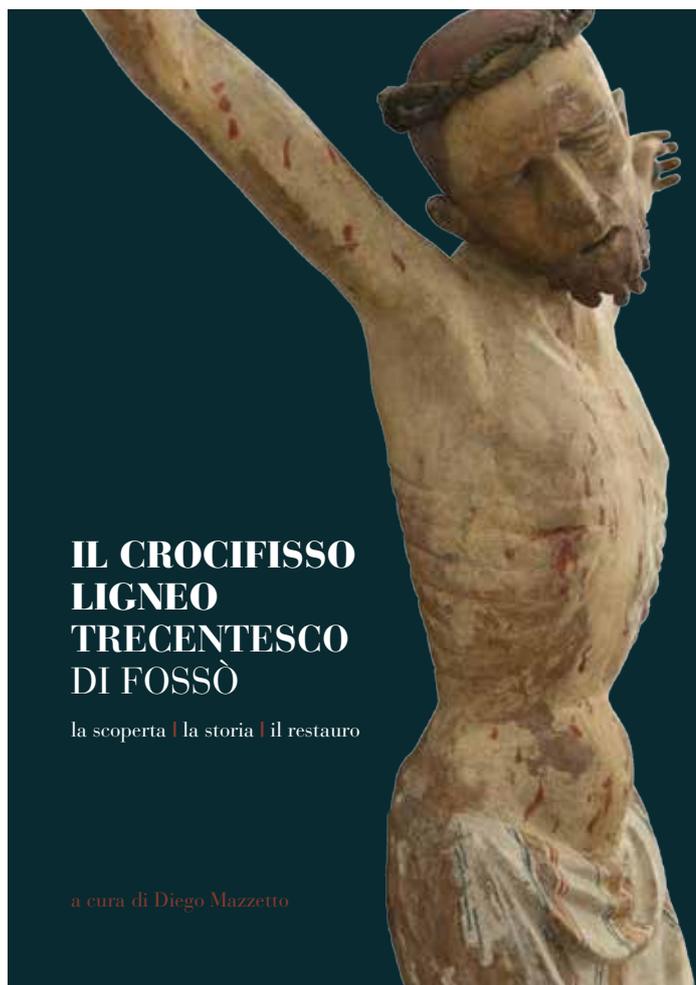


www.incontropiede.it



APPUNTAMENTO CON LA STORIA

INAUGURATO A FOSSÒ IL RESTAURO DEL PREZIOSO CROCIFISSO TRECENTESCO



IL CROCIFISSO LIGNEO TRECENTESCO DI FOSSÒ

la scoperta | la storia | il restauro

a cura di Diego Mazzetto

Dopo più di due anni di paziente restauro, domenica 7 aprile è stato inaugurato nella chiesa di Fossò il prezioso Crocifisso ligneo trecentesco. Più di cinquecento persone sono intervenute alla manifestazione: vero e proprio record per un evento culturale che non ha eguali per partecipazione nel territorio. Un segnale importante per un momento come quello attuale dove la cultura sembra non fare più notizia.

Favorito dal parroco don Claudio Savoldo, il progetto di recupero è stato coordinato da Diego Mazzetto e finanziato dal Rotary club Venezia – Riviera del Brenta (*main sponsor*), dal Comune di Fossò, dai Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana – Riviera del Brenta e da aziende e privati cittadini. Reso improrogabile dal pessimo stato di conservazione, il delicato lavoro

di recupero è stato eseguito dalle restauratrici Giorgia Busetto e Sara Grinzato sotto il controllo dell'ispettore della Soprintendenza Monica Pregolato.

L'accurato restauro ha permesso di collocare più correttamente la paternità e l'epoca di realizzazione dell'opera, chiaramente uscita dalla bottega dei Moranzone, famiglia di artisti del legno attiva a Venezia tra la metà del Trecento e gli inizi del Cinquecento. Non si tratta dunque di un'opera quattrocentesca, come si supponeva prima del restauro, ma degli ultimi anni del Trecento, risalente quindi alla prima fase dell'attività della bottega, quando vi operavano Andrea Moranzone e il figlio Caterino. Il dato è emerso con chiarezza nel corso del restauro della scultura in masselli pieni di legno di tiglio (il volto del Cristo è invece in legno di pioppo).

Nel corso della presentazione, dopo i saluti di rito delle autorità civili e religiose, la restauratrice Giorgia Busetto ha sottolineato nel suo intervento le difficili e delicate operazioni di restauro e le accurate ricerche diagnostiche operate per una maggiore conoscenza dell'opera e della sua esecuzione. Sono state poi messe in evidenza le numerose ridipinture (almeno quattro), sovrappresse nel corso dei secoli. L'esposizione ha poi chiarito gli interventi strutturali di forte rilevanza, avvenuti non sempre felicemente sulla struttura in passato, con aggiunte di legno di cirmolo in vari punti dell'opera. Infine è stata raccontata la delicata fase del restauro attraverso la pulitura con la rimozione degli stati sovrapposti aventi lo spessore di circa otto millimetri, la rimozione dell'impannaggio non originale, il riposizionamento corretto delle gambe, il ricollocamento del volto attraverso magneti di nuova concezione nella sua posizione originale corretta e la realizzazione delle nuove mani in sostituzione di altre eseguite nel secolo scorso al posto di quelle originali, probabilmente degradate da un massiccio attacco di insetti xilofagi. Una decisione, quest'ultima spiegata dall'ispettrice della Soprintendenza Monica Pregolato nel libro pubblicato in occasione del restauro. "La scelta di procedere all'integrazione plastica di una parte importante della figura, costituita dalle mani del Crocifisso, è stata dettata dalla necessità di restituire completezza a un'immagine scultorea destinata non alle sale di un museo – il che avrebbe potuto anche giustificare la scelta di presentare l'opera in uno stato di lacunosità – ma a un luogo di culto, in cui l'opera è tornata ad assolvere alla funzione devozionale per la quale fu in origine realizzata". Una decisione operata





Il coordinatore del progetto Diego Mazzetto con le restauratrici del Crocifisso Giorgia Busetto e Sara Grinzato

studiando i Crocifissi coevi e affini e realizzata utilizzando tecnologie innovative, attenendosi a rigorosi principi di reversibilità e riconoscibilità. L'intervento alla presentazione del Crocifisso da parte di Sara Grinzato (restauratrice dell'opera insieme a Giorgia Busetto), ha affrontato la parte stilistica, sottolineando la drammatica sofferenza espressa dal volto. *“Una sofferenza intensa, espressa negli occhi appena dischiusi, nell'arcata sopraccigliare che culmina nell'acuta tensione muscolare della fronte, nella bocca semiaperta con le labbra contratte”*.

La ricerca archivistica, affrontata da Sara Grinzato, ha permesso di capire la provenienza veneziana dell'opera e del suo proprietario alla fine del Seicento: lo scudiere del Doge di Venezia Ambrogio Bosello, collezionista ed estimatore d'arte che nel suo testamento ricordava la donazione alla chiesa di San Barnaba a Venezia del suo *“Cristo grande de legno dorato con sua Croce de perer, stimato per singolare artefice, che tengo appresso il mio letto”*. I poderosi lavori di restauro alla chiesa di San Barnaba iniziati in quel periodo, probabilmente impedirono il trasferimento del Crocifisso

che fu in seguito portato nella chiesetta della villa di Fossò di Ambrogio Bosello da parte del suo erede Antonio Sossai. Qui, come ha chiarito Diego Mazzetto nel suo saggio all'interno del libro dedicato ai luoghi del Crocifisso a Fossò, l'opera rimase per duecento anni, fino alla demolizione dell'oratorio avvenuta negli anni trenta del secolo scorso.

Nella circostanza, il parroco di Fossò di allora don Giovanni Roncaglia trasportò l'antico Crocifisso prima nella chiesa del Settecento, poi nella chiesa del cimitero e infine, in tempi più vicini a noi, nella chiesa novecentesca.

Nel corso dell'inaugurazione è stato presentato anche il libro, di cui si è fatto cenno precedentemente, *“Il Crocifisso ligneo trecentesco di Fossò: la scoperta, la storia, il restauro”*, a cura di Diego Mazzetto, che racconta le vicende di questa splendida opera d'arte e di fede che ha trovato nuova e definitiva sistemazione nella cappellina a destra dell'altare maggiore della chiesa del Settecento.



LOVATO

FORNITURE PER CALZATURE E PELLETERIE

Prodotti

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

SCOPRI
LE NOSTRE
OFFERTE
NELLO **SHOP ONLINE!**

La Rivista
BUSINESS SHOES
SFOGLIA ONLINE
L'ULTIMO
NUMERO



www.lovatoforniture.it

PELLICOLA PROTETTIVA PER PELLAMI E TESSUTI



In vendita esclusiva
da Federico Lovato
tel. 041466334



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

*Prodotti chimici per calzature e pelli
Shoes and Leather care*

Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari



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

ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea
Specoplast - Aquasintex



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

Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su
www.lovatoforniture.it

Futurplastic

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



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



LANZINI
MASTRIFICIO

Tessitura di Nastri Elastici & Rigidi
per Calzature, Pelletteria, Abbigliamento

Zona Industriale Fiumicello 13
52037 Sansepolcro (AR) - ITALY
Tel: +39 0575 742211
Fax: +39 0575 736116

lanzini@lanzinastrificio.com
www.lanzinastrificio.com

BELLO, PRATICO, INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



PER INFORMAZIONI: WWW.LOVATOFORNITURE.IT



MAC SHOES S.r.l.
Unipersonale

Macchine, Accessori e Componenti per Calzature

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

via Fratelli Rosselli, 21

40013 Castel Maggiore - Bologna - Italy

Tel. +39 051 973744 - 051975704 - Fax 051 975284

Web: www.macshoes.it . E-mail: info@macshoes.it



BUSINESS SHOES ANNUNCI

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

Calzaturificio cerca addetta reparto orlatura per produzione interna di campioni e gestione tomaifici esterni. Tel. 349 7302690

Ragazza 45enne cerca lavoro nel settore calzaturiero in tranceria pelli/fodera oppure calzaturificio.
Tel. 389 8391081 (M.Luisa)

Cercasi modellista di calzature con capacità di mettere in base e sviluppare modelli a mano e a Cad. Richiesta esperienza, patente di guida cat. B, conoscenza Cad Romans. Titolo di preferenza: conoscenza lingua inglese. Azienda zona Fiesso d'Artico.
Info: Centro per l'impiego Dolo.
Tel. 041 413990

Cercasi orlatore di calzature, tagliatore di pelli con Cad cam macchina automatica e montatore di calzature. Azienda zona Vignonovo (Venezia).
Tel. 049 9830050

Laboratorio specializzato in finissaggio di Fossò (Ve) disponibile per collaborazione lavorativa.
Tel. 392 5310248

Tranceria cerca stagista/apprendista tagliatore per lavorazione taglio Cad pelli a Fossò.
Tel. 041 5170062

Affitto negozio zona centrale Fossò (Ve) mq. 210.
Tel. 335 7079070 (Federico)

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

Calz. cerca lavoratore reparto montaggio con esperienza, Noventa Padovana.
Tel. 049 8959114

Pelletteria di Camponogara (Ve) cerca personale qualificato. Tel. 328 0680037

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

Tagliatore pelli con esperienza disponibile per lavoro, zona Riviera del Brenta tel. 338 6049191

Tranceria zona Riviera del Brenta cerca operatore per macchina taglio cad tel. 335 8174647

Calzaturificio di S. Angelo di Piove di Sacco cerca personale esperto per finissaggio tel. 049 5846098

Cercasi orlatrici zona Fiesso D'Artico.
Tel. 335 6131747

DITTA PRODUTTRICE DI ARTICOLI DI PELLETTERIA, PRESENTE DA OLTRE 50 ANNI SUL MERCATO, DISPONIBILE A REALIZZARE: BORSE, ZAINI ED ART. BUSINESS, CON LOGO CLIENTE, PARTENDO DALLO SVILUPPO MODELLO FINO AL CONTROLLO QUALITÀ. PER INFO: 347 5246921

COMPRIAMO STOCK PELLAME. TEL. 0571 22115



**Macchina per applicare
strass termoadesivi**

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



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

the innovation company
LARPS
GROUP

**Adesivi per calzature
e pelletterie**

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



BILANCIA CONTAPEZZI
IN VENDITA ESCLUSIVA
FEDERICO LOVATO T. 041466334

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



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



IL PACKAGING MADE IN ITALY



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

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

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

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

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

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

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



DAVVERO COSÌ IMPORTANTE?

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

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

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



www.grafitex.it | www.argex.it

EURO
MINUTERIE SRL

Dettagli di stile, made in Italy



Eurominuterie srl

via Austria, 10/a - 35127 Padova - Italia - tel. 049 8704170 - fax 049 8704188

info@eurominuterie.com - www.eurominuterie.com