



BUSINESS shoes

GENNAIO | FEBBRAIO
DUEMILA¹⁹

www.businessshoes.it

magazine

RIVISTA DI INFORMAZIONI E SERVIZI DEL SETTORE CALZATURIERO E PELLETERIA



BRUNELLO CUCINELLI

IL "SOGNO" DI SOLOMEO



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

CALZATURE, RECORD DI EXPORT: 9,6 MILIARDI DI EURO

Le calzature Made in Italy registrano nell'anno appena trascorso il record assoluto per il valore dell'export che è salito a 9,6 miliardi di euro. Rallenta per contro la produzione Made in Italy (-2,6%, quasi 5 milioni in meno a confronto con il 2017), e anche i quantitativi dell'export (-2,3%). L'andamento divergente tra quantità e valori, se da un lato conferma l'eccellenza riconosciuta dai buyer esteri alla produzione italiana nell'alto di gamma, dall'altro ribadisce il ruolo ormai determinante svolto dai grandi brand internazionali del lusso. Questi i dati principali del settore secondo le elaborazioni condotte dal Centro Studi di Confindustria Moda e da Assocalzaturifici.

Analizzando i mercati e le aree di destinazione, il 2018 registra anzitutto la nuova frenata della Russia (-14,3% in quantità nei dati ufficiali Istat dei primi 10 mesi): le vendite attuali sono pari alla metà dei livelli 2013, con pesanti ripercussioni nei distretti particolarmente votati a quest'area.

Andamenti disomogenei nella Ue (dove sono dirette 7 calzature su 10 vendute all'estero): tengono Germania (+2% in volume, nostro primo mercato per numero di paia) e Regno Unito, ma si registrano flessioni nelle quantità per gli altri principali paesi (Francia, che è il primo cliente in valore, Spagna, Belgio, Olanda). Incrementi dell'export si evidenziano invece in America settentrionale (+7,6%, pur con prezzi calanti) e nel Far East (dove sveltano Cina e Sud Corea).

Si ridimensiona lievemente (anche per il concomitante aumento dell'import in valore) l'attivo del saldo commerciale, che dovrebbe attestarsi a 12 mesi a 4,45 miliardi di euro (-2% sul 2017).

Il 2018 si è chiuso con saldi negativi sia nel numero di calzaturifici attivi (-203 su dicembre 2017, tra industria e artigianato, secondo i dati delle Camere di Commercio) che nella forza lavoro (-920 unità). A fine dicembre 2018 il settore contava 4.505 aziende e 75.680 addetti diretti, in calo rispettivamente del -4,3% e del -1,2% sul consuntivo 2017 (nei due anni precedenti la flessione negli occupati era risultata invece inferiore al mezzo punto percentuale).

Relativamente agli addetti, 5 delle 7 regioni calzaturiere hanno chiuso l'anno con una flessione rispetto a fine 2017; solo Puglia e Lombardia hanno infatti evidenziato un trend positivo. In Veneto (-355), Campania (-389) e Marche (-1.116 addetti, tra calzaturifici e produttori di componentistica) le perdite più rilevanti. Riguardo alla CIG, sono state concesse per l'Area Pelle 6,6 milioni di ore contro i 9,1 milioni del 2017 e i 13,3 del 2016. La diminuzione è comune a tutte le principali regioni calzaturiere, con la sola eccezione del Veneto (+26,4%).

Nicola Brillo



MODA
S R L

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



SOMMARIO

N. 26 ANNO VII - Bimestrale
gennaio - febbraio 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 Calzature, record di export: 9,6 miliardi di euro
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** BRUNELLO CUCINELLI e il "sogno" di Solomeo
- 12** PITTÌ UOMO la moda internazionale sfila alla Fortezza Da Basso
- 16** Addio a GIORGIO BALLIN protagonista della calzatura della Riviera del Brenta
- 18** EXPO RIVA SCHUH chiusa con successo la 91° edizione
- 22** MILANO UNICA, chiusura positiva per il salone italiano del tessile e degli accessori
- 26** Il settore TESSILE, MODA e ACCESSORIO CRESCE ALL'ESTERO nel 2018
- 30** Un passo dopo l'altro: il libro che racconta la storia di GIANCARLO GIANTIN e dello SCATOLIFICIO DUEGI
- 34** REGNO UNITO, in attesa della Brexit
- 38** APPUNTAMENTO CON LA STORIA
In un libro la storia di Palazzo PRIULI STAZIO BALLAN a Piove di Sacco
- 44** BUSINESS SHOES annunci

www.businessshoes.it





ATLANTE BREVI DAL MONDO



PELLETTERIA, NEL 2018 NUOVO RECORD DI VENDITE ALL'ESTERO

Secondo i dati preconsuntivi del settore della pelletteria italiana, realizzati dal Centro Studi Confindustria Moda per Assopellettieri, nei primi 10 mesi del 2018 il comparto ha totalizzato un export in crescita del 10,3%, arrivando a sfiorare i 6,8 miliardi di euro. Ma registra una contrazione in termini fisici. A livello di mercati, l'andamento negativo nelle quantità ha interessato Francia (-13,6%), Regno Unito (-24,6%), Spagna (-9,3%). Bene, invece, la Svizzera (+24,9% in valore e +24,2% nei kg) e la Germania (+6,3% in kg). Il trend particolarmente favorevole ha interessato anche i Paesi extra-Ue che, insieme a una crescita in valore del 12%, hanno registrato un +8% anche nei chilogrammi, grazie soprattutto al contributo di Far East e Nord America. Più in generale, il saldo commerciale nei 10 mesi evidenzia un attivo di 4,13 miliardi (+8,6%). Le elaborazioni stimano a preconsuntivo, per l'insieme degli operatori sul territorio italiano, un incremento del fatturato del 3,1%: un trend più modesto rispetto al 5,7% del consuntivo 2017. Per quanto riguarda i mercati di questo settore del Made in Italy, quelli dell'Unione Europea mostrano nell'insieme +7% in valore, ma con una contrazione di oltre il 13% nelle quantità in Kg. Trend ancor più favorevole per i flussi extra-Ue, che evidenziano - assieme ad una crescita del 12% in valore nel complesso - un +8% anche nei Kg. Nel 2018 le prime sei destinazioni dell'export sono Svizzera, Francia, Usa, Hong Kong, Sud Corea e Giappone e coprono oltre il 60% delle vendite in valore.



IL MINISTRO BONISOLI VARA COMMISSIONE PER LA MODA ITALIANA

Il Ministro per i beni e le attività culturali, Alberto Bonisoli, ha sancito ufficialmente la nascita di una Commissione di studio per politiche pubbliche a favore della moda italiana chiamata a studiare cosa può essere fatto per rendere la moda patrimonio culturale italiano. La Commissione sarà presieduta da Barbara Trebitsch, direttore dei programmi accademici presso l'Accademia di Costume e Moda di Roma, e sarà composta, oltre che da un rappresentante del Mise, da figure di rilevanza nel mondo della moda italiana. La Commissione sarà chiamata ad analizzare informazioni, esperienze, competenze tecniche e progettuali, prodotti, eventi e pubblicazioni a testimonianza della specificità del settore della moda e terminerà i suoi lavori entro il prossimo 30 maggio. "Il primo gruppo - ha detto Alberto Bonisoli - riguarderà il patrimonio culturale della moda italiana e si occuperà di tutelarla, proteggerla, valorizzarla. Non voglio dire a chi si siederà al tavolo "disegnare un museo della moda", ma chiedere ai vari attori presenti come sia possibile rendere disponibile questo patrimonio e le possibilità sono diverse: fare un museo o vari musei o immaginare anche forme diverse come un museo digitale, visto che la moda produce conoscenza a livello continuo". Un secondo gruppo di lavoro si occuperà di studiare come ordinare la formazione dei giovani da avviare alle attività legate al mondo della moda.

LA MODA ITALIANA UNITA PRESENTE AL CIE DI SHANGHAI

L'eccellenza della moda era presente ad uno dei più importanti momenti di visibilità e business per le produzioni italiane: il China International Import Expo- CIIE, che è tenuto recentemente a Shanghai. È la prima volta che una nutrita rappresentanza del segmento moda varca i confini nazionali per presentare, in uno dei mercati più interessanti per il prodotto-moda italiano, un Made in Italy da oltre 66 mila imprese, che generano un fatturato superiore a 94 miliardi di euro e danno lavoro a più di 580 mila lavoratori. Il comparto tessile, moda e accessorio riunisce la cultura e la tradizione di distretti e aziende che sono un'eccellenza italiana nel mondo. La Cina costituisce l'ottava destinazione in valore per le vendite estero dei settori rappresentati da Confindustria Moda, che nel 2017 vi hanno esportato prodotti per 2,21 miliardi di euro, con una crescita di oltre il 14% sul 2016. Questa prima tappa è diventata un'occasione proficua per far conoscere il prodotto italiano a un crescente numero di buyer, traendo forza da un'unione indispensabile per essere presenti all'estero come sistema Paese. Dalla concia alla pelletteria, dalla pellicceria ai tessuti, fino agli accessori: la cultura italiana del bello e ben fatto si presenta a Shanghai attraverso i brand di 6 grandi manifestazioni già note e apprezzate a livello internazionale. Al CIIE le forti identità di queste fiere sono riunite all'interno di un unico format pensato per sottolineare lo standing di questi eventi "The Garden of Lifestyle", che costituisce il biglietto da visita congiunto di grandi nomi come Micam, Mido, Mipel, Milano Unica, Lineapelle, The One Milano, che per i buyer cinesi sono già sinonimo di business e qualità nei rispettivi comparti.



ORAFI
Artigiani Associati

PARTNERS

idd

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

BRUNELLO CUCINELLI

E IL “SOGNO” DI SOLOMEO



di Diego Mazzetto

Che affinità possono esistere tra la moda e l'editoria? *“Sono molti i tratti in comune, e io ho molta fiducia nel futuro dei libri stampati che si possono toccare, aprire e chiudere quando e come lo desideriamo”*, con queste parole ha spiegato il suo punto di vista lo stilista umbro Brunello Cucinelli in un convegno organizzato dalla scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri alla Fondazione Cini di Venezia lo scorso 25 gennaio. Una delle preoccupazioni più temute, emerse nel corso del dibattito, sicuramente la vendita *on-line*.

“Nel mondo dell'abbigliamento- ha dichiarato Cucinelli - l'*e-commerce* rappresenta il 9% degli acquisti. È opinione comune che tra qualche anno questa percentuale salirà del 70%, ma io non ci credo. Potrà diventare del 16-18%, ma sono assolutamente certo che i negozi fisici non scompariranno in favore dell'*on-line*. E lo stesso vale per le librerie: il libraio avrà sempre un ruolo determinante nel consigliare un volume in base ai gusti del cliente, cosa impossibile da fare per qualsiasi computer”.

Che l'imprenditore del cachemire conosciuto e apprezzato in tutto il mondo per la qualità dei suoi prodotti sia un appassionato di libri non vi è certamente dubbio, considerando che nel

2018, con la casa editrice Feltrinelli, ha deciso di affidare alle pagine di un volumetto dal titolo *“Il sogno di Solomeo: la mia vita e la sfida del capitalismo umanistico”*, la storia e la filosofia della sua azienda.

E l'essenza di questa sua iniziativa editoriale può essere riassunta in un paragrafo scritto da Cucinelli all'interno del suo libro: *“Poiché quella di scrivere le proprie memorie è cosa abbastanza comune, ho meditato a lungo su questo progetto; e alla fine mi sono deciso ad attuarlo perché in esso credo di riconoscere delle peculiarità, certamente non uniche, ma di un qualche valore. Quelle di un contadino che, partendo dalla sua tradizione culturale, e*

BRUNELLO CUCINELLI IL SOGNO DI SOLOMEO

La mia vita e l'idea
del capitalismo umanistico




Feltrinelli



rimanendone costantemente fedele, ha dato vita e infine realizzato un sogno imprenditoriale e umanistico benvenuto in tante parti del mondo'. Nato nel 1953 a Castel Rigone (Perugia) da una famiglia contadina, Brunello Cucinelli ha iniziato la propria attività nel 1978 creando una piccola impresa con l'idea di colorare il cashmere, coltivando fin dall'inizio *l'ideale di un lavoro rispettoso della dignità morale ed economica dell'uomo*.

Nel 1982 il borgo trecentesco di Solomeo diventa l'oggetto dei suoi sogni, e il grande laboratorio dei successi di imprenditore e umanista.

Tre anni dopo, Cucinelli acquista il castello diroccato del borgo e ne fa la sede dell'azienda.

Per adeguare le strutture produttive alla sua crescita, nel 2000 compra e riadatta vecchi opifici già esistenti ai piedi del paese, evitando di costruirne di nuovi. Si dedica con passione al restauro di Solomeo e alla costruzione di un *Foro delle Arti*, con l'annessa *Biblioteca Neoumanistica Aureliana*, dedicato alla cultura, alla bellezza e all'incontro. Dall'esperienza del Foro delle Arti, costruito da maestri artigiani umbri e ispirandosi a William Morris e John Ruskin, nasce l'idea della "Scuola di Solomeo Arti e Mestieri", che vede la luce nel 2013. Lo sguardo al futuro di Brunello vuole che la memoria di un fattore umanistico importante come l'artigianato debba essere conservato e

tramandato, e la scuola è il laboratorio dove questa aspirazione diventa realtà.

Sempre nel 2013 Cucinelli presenta l'azienda alla Borsa di Milano. "Dopo varie analisi – egli racconta nel libro – decidemmo di quotare in Borsa la nostra industria, immaginando di quotare la stessa *dignità umana*. Le principali ragioni di questa scelta furono l'idea di poter essere ancora più internazionali e solidi; avere un importante confronto giornaliero con i soci, che normalmente non conosci, ma se hai la prudenza di ascoltarli diventano i tuoi consiglieri quotidiani; ultima, ma non per importanza, la convinzione che la capacità di gestire l'azienda non si eredita, per cui nel futuro potrebbe



essere governata da persone esterne alla famiglia. Prima di quotarci portammo a Solomeo alcuni investitori di altissimo livello mondiale a piccoli gruppi di tre o quattro, mostrando loro l'azienda, illustrando la cultura d'impresa, parlando di dignità del lavoro e dell'uomo, e usavamo spesso il termine inglese di *gracious*, cioè *gentile, garbato*, un termine che si addice alla nostra crescita, al nostro profitto, alle nostre retribuzioni economiche, alle persone che lavorano con noi e infine a quel *capitalismo umanistico* in cui da sempre credo e di cui mi sento orgogliosamente sostenitore.

La quotazione in Borsa, con il suo successo, ci ha permesso di lavorare lungo orizzonti più vasti e su mari più profondi. Ora potevamo immaginare di aumentare il numero di progetti destinati ad *abbellire l'umanità*.

Qualità, artigianalità, creatività, esclusività e cultura del bello sono gli elementi che vorremmo fossero distintivi del nostro brand, uniti ad un grande desiderio di ascolto. Tessere in un'unica trama antico e moderno, obiettivi aziendali e necessità umane è il nostro sogno di sempre. L'azienda si dedica in primo luogo a curare e

nutrire il *genius* dei luoghi con un'attenzione speciale a chi li abiterà. A Solomeo un vero e proprio laboratorio di idee si muove alla ricerca di valori sulle tradizioni e sui sentimenti che governano il borgo come luogo di familiarità e di convivialità.

Le nostre boutique si trovano nelle vie più esclusive delle più importanti città del mondo. Ognuna di esse è pensata come un piccolo rifugio, dove trovare un momento di calma e distensione, dove poter respirare quella qualità del tempo che ci è così cara, quell'approccio gentile e raffinato che rappresenta un aspetto importante del *garbo* costantemente inseguito dalla nostra filosofia aziendale. Per noi *proteggere* il brand è più importante che *promuoverlo*.

Il lusso è sinonimo di rarità ed attesa. Con la sua azione l'azienda vorrebbe trasmettere la volontà di mantenere l'accento sulla custodia di un valore italiano, che sia sociale, domestico, culturale o artigianale".

Nel 2014, ad opera della Fondazione Brunello e Federica Cucinelli, viene presentato il *Progetto per la Bellezza*, con il quale si realizzano tre

immensi parchi nella valle ai piedi del borgo di Solomeo (Parco agrario, Parco dell'Oratorio Laico e Parco dell'industria), recuperando parte del terreno già occupato da vecchi opifici in disuso a favore di alberi, frutteti e prati. L'iniziativa simboleggia il valore cruciale della terra, dalla quale, secondo il pensiero di Senòfane, *tutto proviene*.

Per il suo *capitalismo umanistico*, Brunello Cucinelli ha ricevuto molti riconoscimenti in Italia e all'estero ma, tra tanti, quelli che rispecchiano meglio la sua realtà umana sono la nomina a Cavaliere del Lavoro, consegnatagli dal Presidente della Repubblica, la Laurea *ad honorem* in Filosofia ed Etica delle relazioni umane, con la quale l'Università degli Studi di Perugia gli ha voluto rendere omaggio, il Global Economy Prize, ricevuto dal prestigioso Kiel Institute for the World Economy con il nobile attestato di aver *saputo impersonare perfettamente la figura del Mercante Onorevole*, e, infine, la prestigiosa nomina a Cavaliere di Gran Croce al merito della Repubblica Italiana.



PITTI UOMO

LA MODA INTERNAZIONALE

SFILA ALLA FORTEZZA DA BASSO



La 95esima edizione di Pitti Uomo si è conclusa in un'atmosfera di calore tra gli stand alla Fortezza fiorentina, diffusa e palpabile, che nei giorni del salone ha scaldato le temperature piuttosto fredde degli esterni. I dati d'affluenza finale dicono che l'estero ha sostanzialmente confermato gli stessi livelli raggiunti un anno fa, con oltre 9.100 buyer internazionali arrivati a Firenze; mentre i numeri dei compratori italiani hanno registrato un calo intorno all'8%.

Complessivamente il numero dei buyer si è attestato oltre le 23.800 presenze, con un numero totale di 36.000 visitatori circa.

"Nei quattro giorni di Pitti Uomo ho girato ampiamente per i padiglioni e i corridoi in Fortezza da Basso – dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine – e confesso la mia ammirazione per lo straordinario lavoro che le aziende hanno

fatto. Un'ammirazione che condivido con i migliori compratori internazionali – tutti i più important top buyer, ai quali se ne sono aggiunti di nuovi da altri mercati e sul fronte del retail online. E' come se tutta la catena della moda, maschile ma non solo, dall'ideazione alla progettazione, dalla produzione per finire alla presentazione delle collezioni si fosse concentrata sull'obiettivo di essere all'altezza di sfide sempre più impegnative. Lo sappiamo noi organizzatori, lo sanno gli espositori, lo sanno i negozianti che vivono i sentimenti dei loro clienti finali: sono mesi che leggiamo le stime sulla crescita, sugli scambi commerciali, sui consumi finali in Italia, in Europa, nel mondo intero – prosegue Napoleone -. Ma invece di rinchiudersi e aspettare che le criticità e il cattivo tempo passino, questa comunità si è messa in pista per dare il meglio di sé. Anche questo è Pitti Uomo

– e se penso a cosa significhi, al valore che ciò rappresenta, devo dire che qualche punto percentuale di presenze di compratori in meno è davvero l'ultima cosa che mi preoccupa".

Guardando all'andamento dei mercati esteri la Germania si è confermata primo mercato di riferimento del salone (oltre 800 i buyer tedeschi intervenuti); in calo atteso il numero dei compratori dalla Francia (-11%); diminuzione anche per i buyer dal Regno Unito (-5%), ma meno accentuata rispetto a quanto gli effetti della Brexit lasciavano prevedere; in sostanziale conferma le presenze da Spagna e Olanda; performance positive per i numeri da Svizzera (+10%), Belgio (+6%), paesi Scandinavi, Grecia, Portogallo, Irlanda, Ucraina; oltre l'Europa, il Giappone si conferma al secondo posto tra i mercati più importanti, anche se registra un leggero calo dei suoi buyer, così

come è accaduto per i numeri dei compratori cinesi; in sostanziale tenuta i buyer dagli Stati Uniti, in crescita invece paesi come Canada (+11%), Hong Kong (+5%), India (+20%) e Taiwan.

Nei giorni di Pitti Uomo 95 hanno avuto grande partecipazione e feedback molto positivi gli eventi speciali in calendario, sia quelli presentati da Pitti Immagine (solo per citarne alcuni: la sfilata di Y / Project nel Complesso di Santa Maria Novella, il debutto dell'applaudita collezione di Aldo Maria Camillo, l'happening tra arte e moda per i 30 anni di urban culture di Slam Jam al Museo Marino Marini) sia quelli organizzati dalle aziende in Fortezza e in città. Ottimi risultati anche sul fronte media e social: sono stati oltre 2.700 tra giornalisti, fashion editor e influencer da tutto il mondo accreditati al salone, circa 9.160 i post generati e 3 milioni le interazioni sui social media, per un valore di Media Impact Value di quasi 10 milioni di euro (dal 05/01/19 al 14/01/19 - fonte

Launchmetrics).

Tre le maggiori tendenze presentate a Pitti Immagine. Sul fronte "classico" è un inno alla natura e alla capacità di rispondere alla sua chiamata, anche non troppo lontano dalla City. Fuga nei colori della campagna inglese, indossando avvolgenti capi Brit style cui il tocco old conferisce una cifra familiare e personale. La rivalutazione del rapporto con l'ambiente e il desiderio di riconnessione si traducono in look sospesi tra gusto classy, toni autunnali e aspirazione al comfort. È un outfit fatto di cura delle proporzioni, dettagli di charme e richiamo al casualwear anni '80. Il Country urbano modella accenti di look rilassato: velluti marroni, Gales su base flanella, pied de poule. Linee clean interpretano micro disegni, check e Gales della tradizione. Nelle giacche Shetland e Harris Tweed si alternano a fustagni e tessuti in velluto a coste. Sui coat dalle vestibilità più generose, in resche e tweed, grandi e piccoli quadri sposano toni cammello, blu e bordeaux.

Nei pantaloni, i classici maschili inglesi declinano pezzi cocoon per un nuovo informal luxury. Lavaggi e trattamenti trasmettono una sensazione di vissuto a capi che hanno una storia da raccontare.

Le tendenze "avantgarde" mostrano il nomade metropolitano che diventa archetipo dell'uomo contemporaneo. Tra le strade lucide di pioggia e lo skyline dei grattacieli della City, un viaggio anche solo virtuale ispira outfit modulabili e reversibili, borse trasformabili, pensieri flessibili progettati per un quotidiano di mutevolezza perenne. È lo stile di una generazione pronta ad impadronirsi di un linguaggio autonomo, in stretto rapporto con il design ma lontano dai diktat dell'originalità a tutti i costi. Mix di tessuti e concetti creano l'alchimia perfetta: il formale mixa lo sportswear, il naturale trova esaltazione accanto al tecnico, il chiaro definisce lo scuro. Risultato, una formula di outfit modulare e intercambiabile, di estrema sintesi, capace di adattarsi ad ogni occasione, dall'asfalto all'aereo,





dall'ufficio alla gym. I requisiti di trasversalità e versatilità sono protagonisti su capi confortevoli e performanti, zero gravity, zero cuciture, facili da lavare. Il lusso del nuovo dandy non rinuncia a dettagli magistrali e atmosfere di charme, ma li subordina ai contenuti di leggerezza e performance su field jacket di cashmere dall'anima tecnologica e parka in seta dal trattamento antigoccia.

Sul fronte "informale", l'eco-sostenibilità diventa key word globale. La ricerca tocca nuovi livelli di sperimentazione tecnologica, applicandosi a materiali creativi e alternativi, provenienti dalla pratica virtuosa del riciclo ma non solo. Nascono

collezioni amiche dell'ambiente, riciclabili a loro volta, sempre sorprendenti. Reti da pesca scartate, bottiglie di plastica post-consumo, pneumatici usurati, cotone post-industriale e perfino fondi di caffè si trasformano in capispalla, costumi da bagno, sneaker e accessori resistenti, lavabili e duraturi. All'anima eco si unisce un'estetica curata che non deroga allo stile, ma inserisce dettagli futuristici come termonastrature, tessuti catarifrangenti e tagli laser. Il tema ecosostenibile interpreta i gusci esterni di capi outerwear che racchiudono fodere in lana derivate da scarti tessili, eco-pelliccia e imbottiture in piuma sintetica, di Pet

riciclato per uguagliare le performance termiche e di vestibilità della vera piuma. Cresce il numero di aziende impegnate in una produzione attenta al risparmio energetico, che elimina gli sprechi e limita i consumi. E ancora, la cultura del denim evolve verso un pubblico consapevole, con tele realizzate da impianti a basso impatto ambientale che riducono gli agenti inquinanti e le emissioni di CO₂, producendo un notevole risparmio dell'acqua utilizzata. I tessuti subiscono lavaggi naturali e le tinte puntano su sostanze atossiche, biocompatibili e biodegradabili.



**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

ADDIO A GIORGIO BALLIN PROTAGONISTA DELLA CALZATURA DELLA RIVIERA DEL BRENTA

di Diego Mazzetto

Si è spento a 93 anni lo scorso dicembre Giorgio Bruno Ballin, uno dei padri del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta. L'azienda di Fiesso d'Artico, riconosciuta fra le attività simbolo della Riviera, era stata tra le prime ad affacciarsi ai mercati esteri: già nei primi anni Cinquanta del secolo scorso vendeva le proprie scarpe nel Nord Europa.

Merito di Giorgio Ballin, che, insieme al fratello Guido, aveva avviato l'attività.

La sua storia l'avevamo raccolta nel 2011, in occasione della preparazione del libro *"Cinquant'anni di presidenza ACRiB: una storia di uomini"*, dedicata a chi, come lui, era stato tra i fondatori dell'Associazione Calzaturieri della Riviera del Brenta.

Nel corso dell'intervista Giorgio ci aveva narrato le difficoltà dei ragazzi dei suoi tempi che in giovane età iniziavano a lavorare duramente. "A dieci anni fui mandato a fare il garzone di scarpe a *banchetto*, com'era consuetudine allora. Con buona volontà e impegno in circa tre anni si riusciva a imparare bene a *fare gli spaghi*, cucire, passare la carta vetrata e compiere le opportune operazioni di finissaggio. Il mestiere mi piaceva e mi affascina soprattutto il risultato finale, cioè vedere uscire dalle mani una scarpa attraverso pochi e poveri materiali. Fu così che imparai tutte le fasi di lavorazione, ma, quando diventai più grande, per riuscire ad ottenere l'esonero militare durante la guerra,



dovetti interrompere l'attività per mettermi a fare il *tirante di barche* lungo il fiume Brenta. Un lavoro estremamente pesante che necessitava di un dispendio enorme di energie fisiche.

Terminata la guerra decisi di rimettermi a fare calzature, questa volta però in proprio, con mio fratello Guido e altri due soci. Allora si faceva un po' di tutto in fabbrica, si lavorava e si andava anche a vendere le scarpe ai clienti".

Negli anni successivi, grazie anche al boom economico, l'azienda iniziò una rapida salita, spinta dall'impegno e dai momenti favorevoli. "Riuscimmo a cogliere le opportunità che il mercato allora offriva- amava rammentare Giorgio Ballin- espandendoci con la clientela

in Europa e successivamente negli Stati Uniti. Memorabile fu la stagione tra il 1964 e il 1965. Spedimmo in Russia 150.000 paia di scarpe in una decina di modelli, tra cui 20.000 paia di una calzatura femminile in vernice nera e vitello rosso, con solo tre paia di reso".

I primi anni Sessanta furono anche quelli dell'impegno con l'associazionismo cui Giorgio Ballin si dedicò fin dai primi momenti che si pensò alla fondazione dell'ACRiB. A questo proposito Ballin ci confidava: "Ho sempre pensato che fare un gruppo tra imprenditori calzaturieri era fondamentale per la crescita del nostro comparto, nonostante non fosse facile mettersi d'accordo. Lavorando tutti nello stesso

settore le gelosie non mancavano, come del resto è umanamente comprensibile. Però siamo riusciti a superare gli ostacoli ponendoci una regola: come associazione dovevamo lavorare in squadra e formare un fronte comune per l'interesse di tutti. Poi, tornati nella propria fabbrica, ognuno faceva il proprio mestiere.”

E proprio per le sue qualità imprenditoriali e umane il nome di Giorgio Ballin fu il primo che emerse tra i candidati alla presidenza dell'ACRiB nel 1996, un incarico che egli onorò sempre con impegno. Lo sviluppo dell'area veneta alla GDS di Düsseldorf fu uno degli obiettivi a lui più cari, insieme all'apertura, in collaborazione con la Regione Veneto e l'ufficio per il Commercio estero, di uno Show Room nella 57° strada di New York riservato alla calzatura veneta dove i soci dell'ACRiB avevano la possibilità di esporre il loro campionario in un box personale. Si trattò di uno dei primi progetti che riuscì a mettere insieme diverse aziende con l'obiettivo comune di uno *show room multibrand*, che fino ad allora

non esisteva. Nel corso della sua presidenza, durata fino al 2000, Ballin promosse numerose altre iniziative, tra cui i festeggiamenti per i cento anni dell'industria calzaturiera della Riviera del Brenta. In quell'occasione si inaugurò una via a Stra con il significativo nome *strada dei 100 anni* e si dette alle stampe il libro *Cento anni di industria calzaturiera nella Riviera del Brenta*. Un'opera editoriale prestigiosa curata da eminenti studiosi, dove la storia del distretto brentano è analizzata in tutte le sue variegate sfaccettature. Anche la mostra itinerante “I mestieri della Moda a Venezia”, allestita sotto il suo mandato a Londra presso l'Accademia Italiana delle Arti è ancora ricordata come un importante successo di consensi e visibilità della calzatura della Riviera. L'iniziativa, inaugurata il 12 maggio 1997 dalla principessa Margaret e dall'allora ministro italiano per il commercio estero, si svolse insieme ad altri eventi collaterali tra cui la sfilata-spettacolo dal titolo *Riflessi Veneziani*.

Con il passaggio di cariche, non si concluse l'impegno di Giorgio Ballin sia nell'Associazione Calzaturieri della Riviera del Brenta sia in Assocalzaturifici (allora ANCI), con il ruolo di consigliere. E poi il suo impegno nell'azienda di famiglia, ora guidata dai figli, e la soddisfazione di vederla crescere tanto da distinguersi tra le più importanti per volumi e maestranze della Riviera del Brenta.

Con il sopraggiungere della tarda età, Giorgio Ballin non rinunciava ugualmente di tanto in tanto al suo giretto in fabbrica: il luogo che amava e che rappresentava la propria vita di uomo e di imprenditore. “*Mi piace stare a contatto con le maestranze - diceva - fare due chiacchiere con gli operai, sentire il profumo della pelle, prenderla in mano*”.

Con questa bella testimonianza di amore per il lavoro di Giorgio, desideriamo porgere alla famiglia Ballin le più sincere condoglianze da parte di tutta la redazione di Business Shoes.



Londra, maggio 1997 - Giorgio Ballin con la principessa Margaret all'inaugurazione della mostra I Mestieri della Moda a Venezia.

EXPO RIVA SCHUH

CHIUSA CON SUCCESSO LA 91° EDIZIONE



Expo Riva Schuh ha chiuso la 91a edizione in linea con l'edizione di gennaio 2018: sono stati circa 13.000 i visitatori della Fiera Diffusa di Riva del Garda, ovvero il network espositivo di Expo Riva Schuh, Gardabags e degli alberghi, che rappresentano da anni una risorsa in più per le aziende interessate a scegliere un contesto più adatto a incontri mirati one to one. Il progetto di Gardabags ha confermato l'apertura all'esigenza di un'offerta total look, sempre più importante per il mondo retail, registrando una significativa crescita delle presenze. La sinergia con Expo Riva Schuh ha rafforzato il format della

manifestazione e ha permesso di attuare una serie di azioni di promozione e comunicazione per valorizzare la proposta delle aziende del comparto borse e accessori. Particolarmente apprezzati sono stati il talk show "La borsa dei desideri", con la style coach Carla Gozzi, la giornalista di costume e moda La7 e Book Moda Cinzia Malvini e Carla Costa, responsabile dell'Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi, e l'evento "Share your bag", che ha coinvolto circa duecento appassionati di moda ispirate dai consigli di Carla Gozzi.

Dal punto di vista delle tendenze, le collezioni

di calzature per l'autunno/inverno 2019/2020 rivelano un mood western rielaborato con elementi fashion, come materiali laccati ed elementi metallici. Per la donna, prevale uno stile vintage con tacchi dalle linee decise e dalle forme possenti e tanti riferimenti alla moda degli anni '80 e '90; l'uomo invece si è fatto più audace e osa suole dalle forme insolite e con colori accesi. Un mood giocoso pervade invece le collezioni per il bambino, con la novità della chunky sneaker proposta anche per le giovanissime.

Dal mondo delle borse di Gardabags, la principale

tendenza è l'animalier, presente soprattutto nei modelli per il giorno e il tempo libero: per la sera, invece, la grande protagonista è la clutch rigida, che diventa un vero e proprio gioiello da mostrare, grazie ai dettagli sparkling e alle lavorazioni con pietre preziose.

“Crediamo fermamente in questa manifestazione e nel suo potenziale di hub internazionale della calzatura e della pelletteria - commenta il presidente di Riva del Garda Fierecongressi Roberto Pellegrini - per questa ragione stiamo lavorando a una sempre più accurata selezione dell'offerta, completata anche dal comparto borse con Gardabags, a servizi innovativi e al rinnovamento degli spazi espositivi.”

Sono stati 1.469 gli espositori di Expo Riva Schuh che hanno partecipato a questa edizione: tra questi, 1.207 le imprese straniere, per un totale di 39 Paesi rappresentati, tra cui alcune realtà emergenti come Tunisia, Turchia e Lituania.

Tra i visitatori della manifestazione, anche 40 delegati provenienti da Francia, Polonia, Nord Europa, Romania, Russia, Ucraina, Ungheria e Croazia, in fiera grazie alla collaborazione con Ice (Italian Trade Agency) e Mise (Ministero dello Sviluppo Economico).

“Expo Riva Schuh è capace di adattarsi ai

cambiamenti del mercato in maniera rapida - afferma Giovanni Laezza, direttore generale di Riva del Garda Fierecongressi. La nostra flessibilità ci ha portato a rispondere con efficacia anche alla Rivoluzione Digitale, che abbiamo voluto analizzare durante l'evento inaugurale. E-commerce, social commerce e influencers non hanno indebolito il ruolo delle manifestazioni fieristiche: la sfida è quella di cambiare pelle, di diventare un momento dove tutto questo vortice digitale si concretizza nelle nuove collezioni (sempre più a misura di consumatore digitale), nello scambio tra produzione e distribuzione e nel confronto con un mondo retail sempre più rapido nel rispondere alle suggestioni dei social network”. L'evento fieristico non è più solo un fornitore di spazi, ma anche e soprattutto di servizi: tra i possibili sviluppi futuri, vi è ad esempio l'offerta di pacchetti di formazione per aziende e professionisti.

“Abbiamo voluto fare di Gardabags uno spazio di business e moda - spiega Carla Costa, responsabile dell'Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi - con l'aiuto della style coach Carla Gozzi che, insieme alla giornalista di moda Cinzia Malvini, ci ha guidato in un viaggio tra icone e sogno per scoprire la “Borsa dei desideri”.

Con Carla Gozzi abbiamo voluto anche aprire in via eccezionale la fiera al pubblico in occasione di “Share your bag”: per un evento fieristico allo stesso tempo internazionale e così legato al territorio come il nostro, è stato importante creare un momento di incontro con le fashion addicted per mostrare come stia crescendo l'attenzione della nostra manifestazione per il contenuto moda e la ricerca”.

Il nuovo appuntamento con le proposte di Expo Riva Schuh e Gardabags è programmato dal 15 al 18 giugno 2019.

Expo Riva Schuh, Gardabags e tutta la rete espositiva di Riva del Garda hanno aperto i battenti per accogliere i più importanti player internazionali del settore calzaturiero e presentare le tendenze accessori per l'autunno/inverno 2019/2020.

La 91 edizione di Expo Riva Schuh accoglie al Quartiere Fieristico 1.469 espositori provenienti da 39 Paesi su una superficie espositiva di 32.322 mq. L'anima internazionale della manifestazione catalizza a Riva del Garda ad ogni edizione circa 12.000 visitatori in rappresentanza di 102 Paesi. In questo senso risultano vincenti le collaborazioni con ICE (Italian Trade Agency) e MISE (Ministero dello Sviluppo Economico), grazie alle quali sono





attesi in fiera 40 Delegati provenienti da Francia, Polonia, Svezia, Norvegia, Danimarca, Romania, Russia, Ucraina, Ungheria e Croazia.

“Il nostro modello espositivo è capace di valorizzare le eccellenze sia dell'offerta merceologica sia della terra che la ospita - afferma Giovanni Laezza, direttore generale di Riva del Garda Fierecongressi. La nostra non è solo una fiera ma un'esperienza, un'insostituibile piattaforma di business e un luogo di incontro e di confronto per ritrovare l'equilibrio tra le tempistiche sempre più accelerate della moda e le esigenze di produzione e distribuzione”.

Gardabags, l'evento espositivo dedicato a borse e accessori, ha arricchito ulteriormente l'offerta per i buyer, rispondendo alla crescente richiesta del retail di soluzioni total look con una qualificata selezione di borse, cinture e accessori



presentata da 60 espositori provenienti da 9 paesi. Per questa seconda edizione i buyer hanno beneficiato di un'apertura prolungata di Gardabags fino alle 20.00 e di una capillare rete di servizi e di collegamento tra le due manifestazioni per ottimizzare la loro visita e creare nuove occasioni di contatto e di business. “La sinergia tra Expo Riva Schuh e Gardabags ha permesso di creare l'unico hub internazionale di business in grado di integrare un'offerta unica con calzature e accessori per il comparto di volume - afferma Carla Costa, responsabile dell'Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi -. Il fashion system ragiona sempre di più in una logica di total look e ancora una volta siamo stati capaci di intercettare questa tendenza e di offrire agli operatori uno strumento fieristico in linea con le evoluzioni del mercato”.



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

MILANO UNICA, CHIUSURA POSITIVA PER IL SALONE ITALIANO DEL TESSILE E DEGLI ACCESSORI



Alla 28ª edizione di Milano Unica, Salone Italiano del Tessile e Accessori, che si è tenuta a Fiera Milano Rho dal 5 al 7 Febbraio, assieme al numero di espositori (421) analogo a quello registrato a Febbraio 2018, è corrisposta una sostanziale conferma anche del numero delle aziende visitatrici, sia italiane che estere, che sono state circa 6.000. In calo le presenze di aziende cinesi per la concomitanza dei festeggiamenti del loro Capodanno, in larga misura recuperato dalle presenze coreane e giapponesi e dal complessivo buon andamento delle presenze europee. Un risultato che, tenuto conto del generale andamento delle fiere del tessile-abbigliamento, conferma la giustezza della scelta dell'anticipo a Luglio anche come traino dell'edizione invernale.

A fronte di presenze di aziende che hanno sostanzialmente eguagliato quelle di Febbraio 2018, in particolare è risultata in crescita la partecipazione di imprese provenienti da: Giappone (+15%), Corea (+5%), Gran Bretagna (+5%), Polonia (+16%), Romania (+11%), Spagna (+5%) con USA e Germania stabili. Due i temi particolarmente citati dai media

nazionali e internazionali: la sostenibilità e la sfida digitale lanciata da Milano Unica con la piattaforma e-milanounica. "La sostenibilità è determinante per la sopravvivenza del settore - ha spiegato il presidente Ercole Botto Poala durante la cerimonia di inaugurazione -. Sono fortemente convinto che se le nostre aziende hanno superato i momenti difficili è perché oltre al servizio e all'innovazione hanno saputo rispettare il prodotto e l'ambiente, lavorando per limitare l'impatto dell'industria tessile-abbigliamento sul pianeta. Ora dovremo fare sistema perché questa è una sfida globale che vuole guardare alle generazioni future".

Durante la cerimonia è stato inoltre presentato il progetto "e-milanounica", il marketplace lanciato in versione pilota che andrà a regime per l'edizione di Luglio 2019. L'iniziativa, grazie alla partnership di sistema con Pitti Immagine, persegue l'obiettivo di promuovere il tessile-abbigliamento-moda prolungando sul digitale le attività tradizionali della fiera, attraverso marketing, contenuti e promozione, consentendo alle aziende e ai loro clienti un aggiornamento costante tutto l'anno.

"La ricchezza delle collezioni di tessuti e accessori, presentati in questa 28ª edizione di Milano Unica - ha aggiunto il presidente Ercole Botto Poala -, ha trovato un positivo riscontro nella soddisfacente partecipazione dei buyer italiani ed esteri, in controtendenza con altre fiere del settore. Allo stesso tempo ho avuto modo di raccogliere la soddisfazione di molti espositori, per il numero e la qualità di contatti realizzati. Buyer ed espositori inoltre hanno particolarmente apprezzato l'arricchimento dei contenuti non solo nell'ormai tradizionale Area Tendenze, ma su temi strategici come il Progetto sostenibilità, sia di prodotto che di processo, e la sfida digitale che Milano Unica ha deciso di affrontare, in una logica di sistema, in collaborazione con Pitti Immagine".

"Lo sforzo organizzativo, sempre più finalizzato a fare di Milano Unica un appuntamento essenziale nel panorama internazionale delle fiere tessili, ha trovato un generalizzato riscontro positivo di buyer ed espositori - ha detto Massimo Mosiello, direttore generale di Milano Unica, alla guida operativa della manifestazione tessile-accessori sin dalla prima edizione -. A monte di questo esito non c'è stato solo un importante lavoro di selezione finalizzato a garantire alti livelli di qualità delle collezioni presentate, ma anche le accurate modalità con cui abbiamo saputo presentare le diverse aree tematiche e i progetti di contenuto. Un lavoro frutto di un grande gioco di squadra messo in campo a livello di sistema, reso possibile dall'imprescindibile sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico e dalla straordinaria collaborazione di ICE. Un risultato a cui va dato merito anche all'impegno profuso dallo staff e dai collaboratori di Milano Unica.



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



ASSENTI

RIFRA
NASTRI

a member of
SAFRA

RIFRA NASTRI s.r.l. 20863 CONCOREZZO MB Italy via I Maggio 98 T +39 039 604 05 56 F +39 039 604 01 90 www.rifranastri.it info@rifranastri.it

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

ZERBINATI LUCIANO S.r.l.

Vendita componenti per:

**CALZATURE, PELLETTERIE
E CONFEZIONI**

**TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI
SOLETTIFICI**

**RAPPRESENTANTE
PER IL VENETO**

KENDA FARBEN

Chemical Products for Shoes

Lavorazioni Ornamentali
su Tomaie e Cuciture
Opanka
By Milan Carmela

**DISTRIBUTORE SPECIALIZZATO
IN SCHIUMA DI LATTICE**

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

**MARRAFFA
MARCO s.r.l.**
taglio pelli: manuale, trancia, cam

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

IL SETTORE **TESSILE, MODA** E **ACCESSORIO CRESCE** **ALL'ESTERO** NEL 2018

	2017	2018 (stime)		
€ Fatturato	94,8 mld di €	95,7 mld di €	↑	+ 0,9%
🌐 Export	61,7 mld di €	63,4 mld di €	↑	+ 2,6%
🌐 Import	34,0 mld di €	35,1 mld di €	↑	+ 3,1%
🌐 Saldo Commerciale	27,7 mld di €	28,3 mld di €	↑	+ 2,1%
🌐 Propensione export	65,1%	66,3%		

Prosegue la crescita del settore "Tessile, Moda e Accessorio" (comprensivo dei settori "Calzature", "Concia", "Occhialeria", "Oreficeria-Argenteria-Gioielleria", "Pelletteria", "Pellicceria" e "Tessile-Abbigliamento"), malgrado il rallentamento congiunturale che ha interessato l'economia mondiale nel corso del 2018. Rispetto alle soddisfacenti performance raggiunte nel corso del 2017 fatturato, export e attivo del saldo commerciale, si confermano in territorio positivo. Nel 2018 il complesso manifatturiero rappresentato da Confindustria Moda si mantiene in aumento, ma su tassi ridotti rispetto al 2017. Con riferimento all'anno solare 2018, secondo le analisi previsionali effettuate dal Centro Studi di Confindustria Moda, il fatturato del settore è stimato contenere l'aumento al +0,9%, dinamica che lo porterebbe così a poco meno di 95,7 miliardi di euro.

L'export, dopo la crescita sostenuta del 2017 (+5,2%) è atteso dimezzare sostanzialmente la dinamica, nell'ordine del +2,6%. Le esportazioni dovrebbero quindi avvicinarsi ai 63,4 miliardi di euro. Per l'import si prevede invece, analogamente a quanto sperimentato nel 2017, un incremento nella misura del +3,1%,

per un totale di quasi 35,1 miliardi. A fronte di simili andamenti, il saldo commerciale del settore dovrebbe oltrepassare i 28,3 miliardi, guadagnando circa 592 milioni su base annua (+2,1%).

Più in dettaglio, focalizzando dapprima l'analisi sul commercio con l'estero, l'export del "Tessile, Moda e Accessorio" da gennaio ad ottobre 2018 ha sperimentato un incremento pari al +2,4%, portandosi a 52,9 miliardi di euro. Nei primi dieci mesi del 2018 l'import, in virtù di un aumento tendenziale del +3,3%, ha superato i 29,9 miliardi di euro.

Il settore "Tessile, Moda e Accessorio", riflettendo del resto una caratteristica distintiva delle singole industrie qui considerate, presenta con l'estero un rilevante surplus commerciale, che nel gennaio-ottobre 2018 sfiora i 23 miliardi di euro. Rispetto al dato del corrispondente periodo del 2017, il saldo attivo guadagna poco meno di 285 milioni di euro (+1,3%).

Un risultato contenuto ma comunque significativo, considerando che, nello stesso periodo, il saldo commerciale italiano ha visto assottigliarsi il proprio attivo del -14,8%, attestandosi a 32,3 miliardi di euro.

Con riferimento alle due principali macro-aree geografiche, la Ue copre il 47,2% dell'export a valore, mentre assicura il 45,0% dell'import. In maniera complementare, il complesso delle aree extra-Ue assorbe il 52,8% dell'export, mentre vede originare il 55,0% dell'import.

Nel periodo in esame le vendite sul mercato francese crescono del +2,4%, mentre la Germania non va oltre al +0,9%. Dinamica positiva che interessa anche il Regno Unito, nella misura del +6,5%, mentre, al contrario, la Spagna flette del -1,9%.

Più dinamici i flussi diretti fuori dai confini comunitari, cresciuti nell'insieme del +4,3%.

Tra i mercati extra-UE va segnalata la Svizzera, in aumento del +14,2%, divenuta per molte delle merceologie qui considerate la principale piattaforma logistica per la successiva riesportazione in altri mercati. Le vendite verso gli Stati Uniti, terzo mercato per valore assoluto dell'export settoriale, mostra una moderata crescita, pari al +1,3% e copre così l'8,6% del totale. Con riferimento al Far East, Hong Kong sperimenta una flessione nell'ordine del -3,5%; di contro, le esportazioni dirette in Cina si mantengono vivaci, archiviando una dinamica del +13,6%. In crescita anche la Sud Corea (+11,3%) e il Giappone, ma su ritmi più modesti (+1,9%).

La Russia, al recupero messo a segno nel corso del 2017 (allorquando aveva accelerato al +12,4%), vede seguire una flessione pari al -3,2% da gennaio ad ottobre 2018.

kallisté



OUTLET KALLISTÉ SCONTO 20% CALZATURE

PRESENTANDO QUESTO COUPON PRESSO IL NOSTRO OUTLET (via Roverelli, 48 Fossò - Ve)
Non cumulabile con altre iniziative in corso. Il coupon è sempre valido e senza limiti di spesa!

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

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



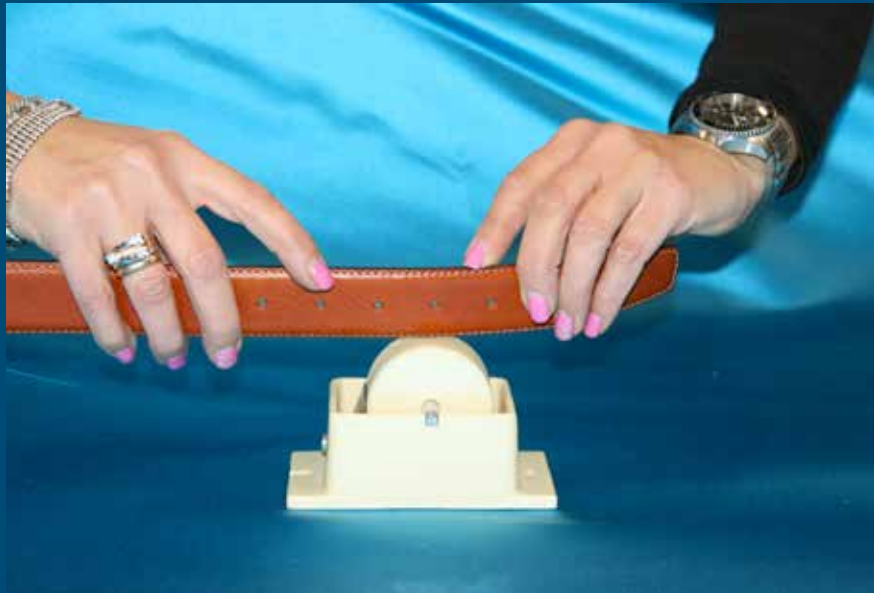
LA.CA.PEL. srl
Via VI Strada 8 - 30030 Fossò (VE)
tel. 041 5170442

FASCIATURA TACCHI E SUOLETTE - CAMBRATURA TOMAIE
INCASTRATI - MONOBLOCCHIE CUIO

LaCaPel

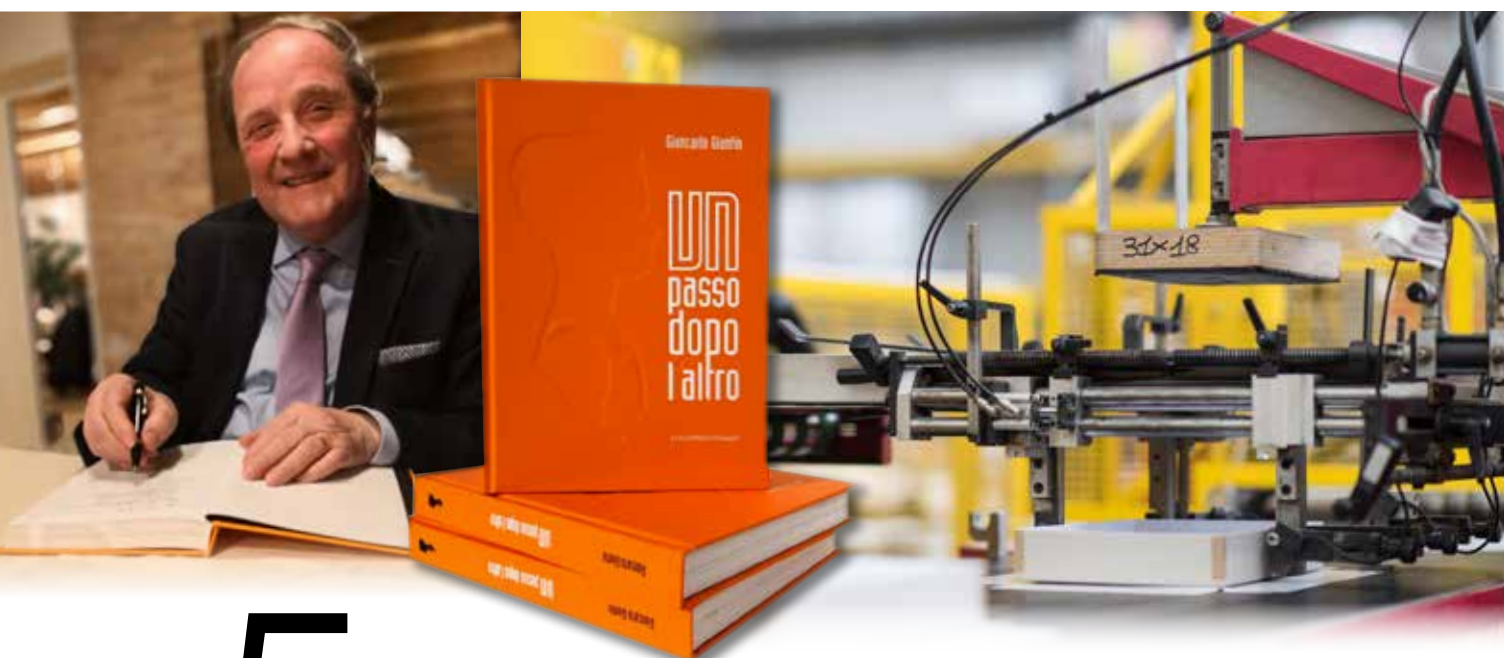
MACCHINA TINGIBORDO
per finitura all'acqua

NOVITA'



Per informazioni www.lovatorforniture.it

UN PASSO DOPO L'ALTRO: IL LIBRO CHE RACCONTA LA STORIA DI GIANCARLO GIANTIN



50
YEARS
ANNIVERSARY

E DELLO SCATOLIFICIO DUEGI

"Arrivato a ottant'anni, sento il desiderio di fermarmi un po'. Di raccontare e raccontarmi. Di condividere con le persone che amo e stimo non solo quei momenti di storia lontana, ma anche quei momenti che appartengono al *dopo storia* o, se volete, alla cronaca, poiché riguardano cose che son venute dopo, fino ad arrivare ai giorni nostri. Questo scritto è un omaggio che faccio a me stesso, ma anche ai miei cari e alle tante persone che nel corso della mia vita ho imparato a stimare e a voler bene".

Così, nella sua premessa, Giancarlo Giantin presenta il suo bellissimo libro dal titolo "*Un passo dopo l'altro*". Un libro di ricordi che si scoprono attraverso le quasi 250 pagine

dense di memorie e immagini. "Raccontando la mia vita- scrive Giancarlo- provo una strana sensazione, come se mi trovassi in un film e vedessi la pellicola riavvolgersi all'indietro, proponendomi tutti i momenti passati: quelli belli e quelli difficili, i volti e i luoghi conosciuti, le cose e gli oggetti che hanno accompagnato la mia infanzia e la mia gioventù. Sono ricordi lontani, brandelli di vita, fatti di persone, di cose, di situazioni e di sensazioni. Quel tempo è passato e gli anni accumulati sono tanti. Ora è il tempo delle riflessioni e con le riflessioni riemergono nuovamente i ricordi, gli episodi, i luoghi, i volti, molti dei quali sono svaniti per sempre". A Giancarlo, imprenditore conosciuto

e stimato in tutto il territorio della Riviera del Brenta (e non solo), va riconosciuto il grande merito di aver avuto il coraggio di dare vita a un libro che non scendesse nella facile retorica, ma che fosse un libro *vera*, come la sua personalità. Un grande aiuto per raggiungere questo risultato va riconosciuto a Vittorio Pampagnin, al quale Giancarlo ha affidato il compito di raccogliere i propri ricordi.

"Quando, qualche tempo fa, Giancarlo mi chiese se ero disponibile a scrivere un breve profilo della sua vita - scrive Pampagnin nell'introduzione - risposi di sì, anche se, vincendo non poche insistenze, già in passato avevo rifiutato simili proposte. Le avevo rifiutate perché questo tipo

di scrittura ti porta a *frugare* nella vita degli altri non con lo spirito di ricercatore ma, piuttosto, con quello del curioso e del pettegolo. Non potevo rifiutarmi con Giancarlo. Non lo potevo per l'antica amicizia che ci lega, per l'onestà che gli riconosco e, non ultimo, per aver accettato che le cose che mi avrebbe raccontato fossero trasferite sulla carta secondo la forma da me scelta. Parlare di se stessi, come ha scelto di fare Giancarlo, non richiede solo il sostegno di una buona memoria che aiuti a collocare le persone, i fatti e le date nei giusti luoghi e nei giusti tempi; ma, soprattutto, richiede una buona dose di coraggio e, principalmente, di onestà intellettuale, perché ti introduce in una dimensione in cui non è consentito barare. Scegliere di scrivere di se stessi significa dover aprire le porte della propria coscienza e tirare fuori, senza reticenza alcuna, tutto ciò che c'è dentro. Mi sono messo accanto a lui e, un passo dopo l'altro, ho ascoltato i suoi racconti. Ho conosciuto i suoi amici e con lui ho visto i luoghi della sua infanzia e della sua giovinezza".

Le pagine del libro che si susseguono una dopo l'altra raccontano tante storie di vita che Giancarlo porta nel cuore: immagini lontane ma anche vicine con i soldati accampati sull'argine del Brenta durante la guerra, i ricordi di scuola, i viaggi per l'Europa, in Asia, a Capo Nord, la famiglia con l'inseparabile e amatissima moglie Lina, gli amici e il lavoro. Già, il lavoro allo scatolificio che Giancarlo prese in mano dall'amato zio Sandro che nel 1968 non si sentiva più in grado di portare avanti.

"Si trattava di una grande responsabilità - afferma Giancarlo - ma non mi spaventai. Decisi di portare una ventata di rinnovamento nell'azienda e iniziai con quella apparentemente più banale; la chiamai Duegi, un breve acronimo che esprimeva le iniziali del mio nome e cognome: il calendario segnava il primo di gennaio 1969. Una nuova avventura era appena incominciata". Un'avventura che ha portato lo scatolificio Duegi a diventare nel tempo una tra le migliori aziende del settore per qualità e innovazione e che prosegue il suo cammino

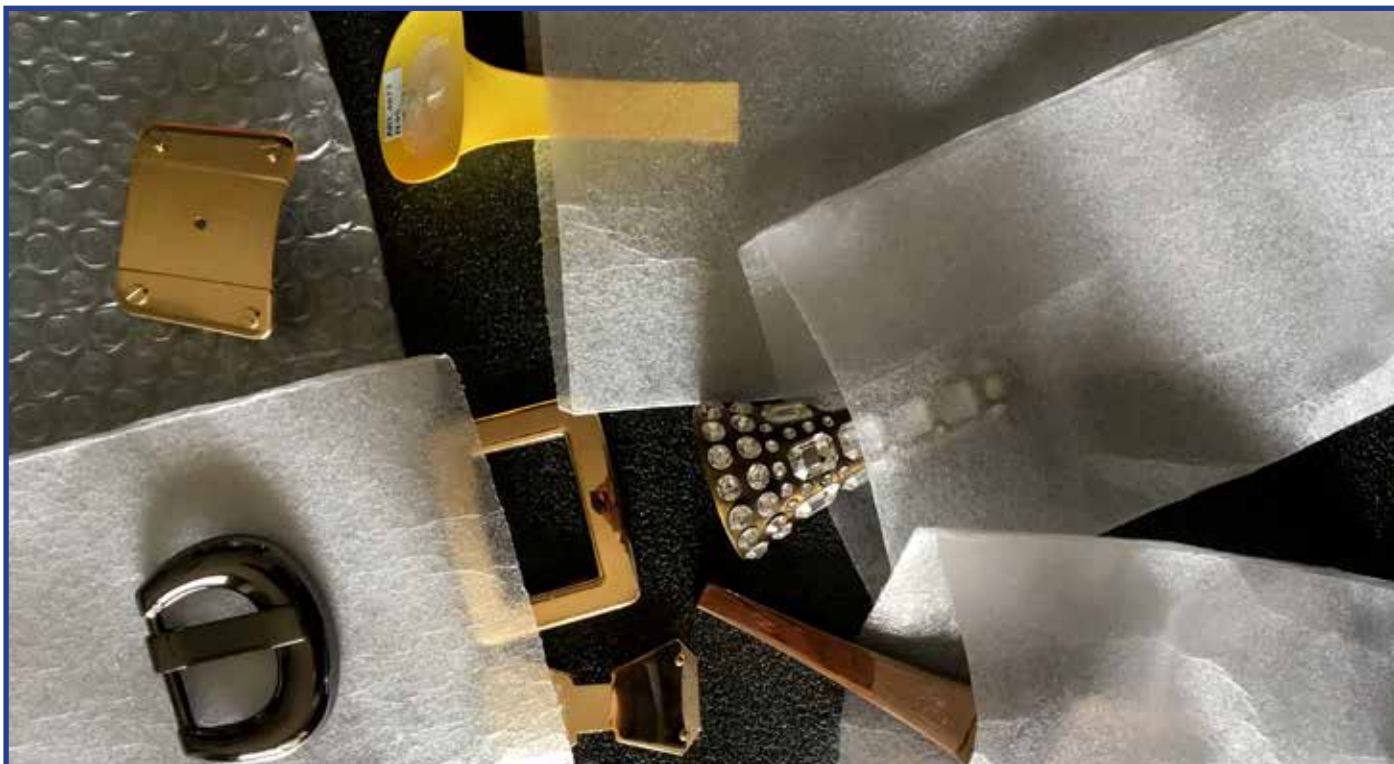
grazie all'apporto di Nicola e Piergiorgio, figli di Giancarlo e Lina. Tutto questo raccontano le pagine di *Un passo dopo l'altro*. Un libro che lascia trasparire la riconoscenza di un uomo verso la vita e i suoi valori, tra cui l'amicizia alla quale Giancarlo ha sempre creduto, come dimostra l'affetto di tante persone che lo circondano.

"Quest'anno è il cinquantesimo anniversario della fondazione dello scatolificio - conclude Nicola Giantin. A breve organizzeremo una grande festa durante la quale faremo visitare l'azienda mettendo in funzione dei macchinari di ultimissima generazione. Mostriamo come si costruiscono le scatole cercando di trasmettere ai nostri ospiti l'emozione che si prova creando un prodotto ormai diventato importante nel mercato per le sue straordinarie versatilità.

Noi mettiamo *l'abito* al prodotto, generando il famoso *effetto sorpresa*.

Perché la presentazione è marketing e il contenitore che ospita all'interno il prodotto è il cuore e il veicolo del tuo *business*".





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



NASTROTEX

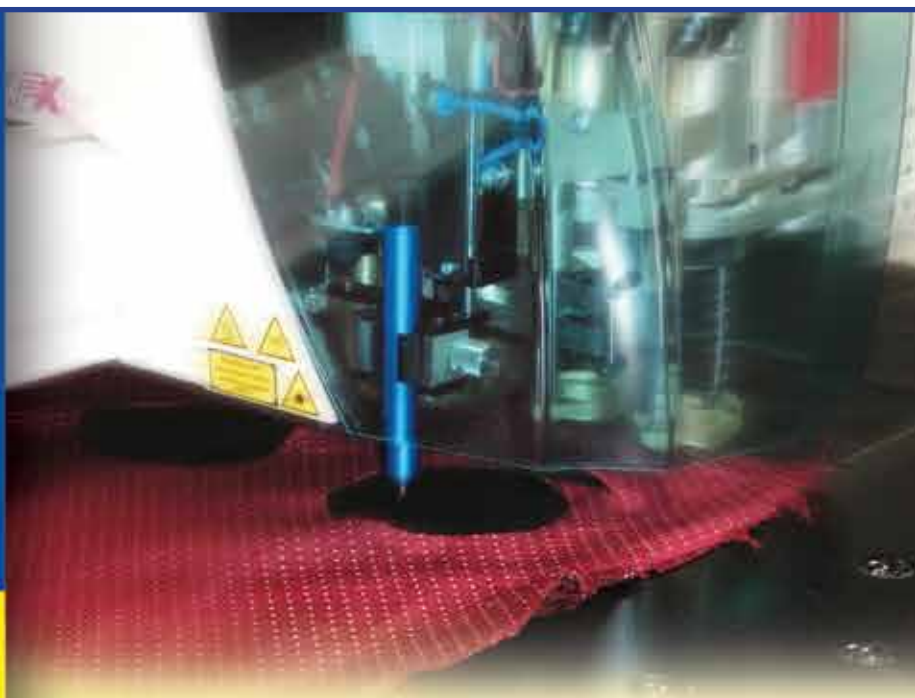
CUFRA SPA



TRANCERIA T.EMME 2

CAD - CAM

Risparmia tessuto!!!
Simulazione di taglio
e materiale gratuito



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



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



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.



REGNO UNITO, IN ATTESA DELLA BREXIT

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



Il Regno Unito è al centro degli approfondimenti economici e politici da ormai due anni a causa dell'esito del referendum sulla permanenza nell'Unione Europea che ha visto vincere di misura i sostenitori della Brexit, ovvero dell'uscita dal mercato unico.

Il Regno Unito, membro UE dal 1973, ha sempre avuto un atteggiamento ambivalente nei confronti dell'Unione Europea, apprezzando da un lato la possibilità di espandere il commercio grazie all'abbattimento dei dazi e delle barriere, ma mal tollerando i costi di mantenimento dell'Unione Europea, il parziale trasferimento di competenze al Parlamento Europeo in materia legislativa e rifiutando il passaggio di sovranità riguardante alcuni strumenti di politica estera, economica, agricola e industriale. Non è un caso che il Regno Unito sia l'unica tra le grandi economie europee a non avere mai aderito all'euro: le autorità e il governo britannico infatti non hanno mai voluto privarsi del tasso di cambio come strumento di politica economica,

mantenendo per esempio la possibilità di svalutare la sterlina per avere un'economia più competitiva o di variare il tasso di interesse di riferimento in autonomia. Questo atteggiamento ambiguo ha sempre tenuto il Regno Unito in una posizione defilata, pronto a prendere i vantaggi dell'Unione Europea senza mai volerne fare parte al 100%.

Ora con la Brexit il Regno Unito si trova in una posizione scomoda: da un lato perderà i vantaggi di far parte dell'UE, e dall'altro è costretta a negoziare un'uscita che l'Europa non ha alcuna intenzione di rendere morbida appoggiando tutte le richieste delle autorità britanniche. Su tutte la questione del confine tra Irlanda e Irlanda del Nord.

Se la soluzione politica è al momento ancora in alto mare, la situazione economica continua a peggiorare: il quadro complessivo degli indicatori macroeconomici mostra infatti che l'economia britannica sta rallentando. La Brexit non è l'unico motivo del rallentamento

dell'economia, che sta frenando come tante altre economie a causa di tanti fattori che influenzano la situazione economica globale. Ma l'intenzione di uscire dall'UE certamente non ha aiutato l'economia britannica, soprattutto perché ha creato incertezza.

In questi casi il problema non è tanto la decisione di uscire dall'UE, quanto la mancanza di chiarezza sui tempi e i modi in cui tale uscita si verificherà. Gli operatori hanno abbassato le previsioni di crescita dell'economia del Regno Unito per il breve e medio periodo perché l'uscita da una zona di libero scambio porta inevitabilmente a un aumento dei prezzi di beni e servizi che privati e imprese acquistano dall'estero. Uscendo dall'UE il Regno Unito si troverà a dover negoziare accordi bilaterali con tutti i suoi partner commerciali con costi più alti di quelli attuali. Il maggior costo dei beni importati avrà il suo peso, così come i dazi e le limitazioni a cui saranno soggetti i beni esportati. Per questo è inevitabile che l'uscita



dall'UE abbia riflessi negativi sull'economia del Regno Unito. Ma non essendo ancora chiari i tempi e i modi dell'uscita dall'UE, l'economia rischia di arretrare ancora di più. Le aziende che operano nel Regno Unito hanno già trasferito le proprie sedi o stanno per farlo; i capitali, in mancanza di regole certe, vengono indirizzati verso altre piazze finanziarie; i lavoratori europei, certi di non avere più gli stessi diritti dei lavoratori britannici, stanno lasciando il Paese; gli investimenti hanno frenato, e così via. E tutto questo continuerà almeno fino a quando non sarà chiaro quali saranno le regole dopo l'uscita dall'UE e come saranno regolati i rapporti tra lavoratori, imprese e cittadini europei e britannici.

Viste le premesse il quadro non è dei migliori, tuttavia è bene ricordare che nelle economie moderne giocano un ruolo fondamentale le aspettative: al momento il Regno Unito fa ancora parte dell'UE e tutti gli effetti sull'economia visti finora e legati alla decisione di uscirne

sono determinati proprio dalle aspettative, cioè alle previsioni di costo fatte da operatori professionali. Supponendo che siano corrette (e di solito lo sono), a queste si aggiungeranno però i costi e i benefici reali generati dai regimi commerciali che verranno dopo l'uscita, dei quali al momento non è possibile sapere nulla per certo.

Al momento è possibile dire che dal referendum la sterlina ha subito una svalutazione del 8% circa, che ha ridotto il prezzo delle esportazioni (salite del 16% circa) e aumentato quello delle importazioni. E se l'aumento dell'export non sorprende molto visto che grazie alla sterlina più debole i prodotti e servizi britannici sono più convenienti, può sorprendere invece il fatto che siano aumentate le importazioni. Tuttavia si tratta di un aumento dovuto all'aumento dei prezzi dei beni e servizi importati, sempre a causa della sterlina più debole. Il Regno Unito acquista infatti all'estero beni e servizi il cui prezzo è relativamente stabile (in euro o in

dollari), quindi con la sterlina che vale di meno è necessario spendere di più per acquistarli.

Per questo il disavanzo corrente, cioè la differenza tra le esportazioni e le importazioni, è peggiorato, passando dai circa 15 miliardi di sterline del primo trimestre 2018 ai circa 20 miliardi del secondo trimestre ai circa 26,5 miliardi del terzo trimestre.

Per quanto riguarda il Pil, stabile intorno al 2-2,5% fino al 2015, la flessione è evidente con la tendenza ad appiattirsi appena sopra l'1% negli anni successivi. A fronte del rallentamento dell'economia preoccupa anche l'aumento dell'inflazione, passata da qualche decimale del 2015 (0,2%) a valori sempre più alti nei tre anni successivi, fino ad attestarsi al 2,4% rilevato a maggio 2018. L'aumento è stato molto rapido, e per certi versi non era previsto. Il picco si è registrato a settembre 2017 (2,8%). In seguito la corsa dei prezzi si è leggermente raffreddata, ma rimane in ogni caso sopra all'obiettivo del 2% prefissato dalle Autorità.



L'aumento dell'inflazione ha portato a una progressiva compressione dei salari reali (cioè a una diminuzione del loro potere d'acquisto) che hanno interrotto la loro crescita e hanno registrato un passo indietro, calando in alcuni mesi del 2,5% e senza segnali di una loro ripresa nel breve periodo. Non si sono invece avvertiti grossi contraccolpi sul fronte della disoccupazione, rimasta molto bassa dopo il 2015 e stabile tra il 4,5% e il 5,5%. Sono aumentati infine gli investimenti diretti dall'estero grazie alla flessione della sterlina, che ha reso tutto ciò che è britannico più conveniente per gli investitori stranieri, ma si tratta soprattutto di investimenti non produttivi, come gli investimenti immobiliari, segno che

gli investitori esteri stanno aspettando che la situazione diventi più chiara.

In conclusione l'andamento altalenante dell'economia britannica è tipico di un'economia in cui prevale l'incertezza: la svalutazione della sterlina ha dato slancio alle esportazioni e in parte agli investimenti esteri, ma ha causato anche l'aumento del costo delle importazioni e il rialzo dei prezzi, cresciuti a livelli non previsti; questo ha fatto scendere il livello dei salari reali, abbassato i consumi e frenato il Pil, peggiorando le prospettive per l'economia.

Per quanto riguarda il commercio estero, abbiamo già avuto modo di dire che sono aumentate sia le esportazioni che le importazioni, soprattutto per effetto dei movimenti della sterlina. Va segnalato

comunque il forte aumento dell'interscambio Italia-Regno Unito, che si è attestato nel 2017 a circa 32 miliardi di euro (+5,1% rispetto al 2016), grazie a circa 20,5 miliardi di euro di export italiano (+6,1%) e a circa 11 miliardi di euro di import dal Regno Unito (+3,3%).

L'Italia è l'ottavo partner del Regno con una quota del 3,5% sull'ammontare del commercio estero britannico. I principali settori dell'export italiano nel Regno Unito sono quello della meccanica (circa 4,3 miliardi di euro), seguito dall'agroalimentare (3 miliardi) e dal settore moda e accessori (2,5 miliardi).



ARMIDA SRL

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

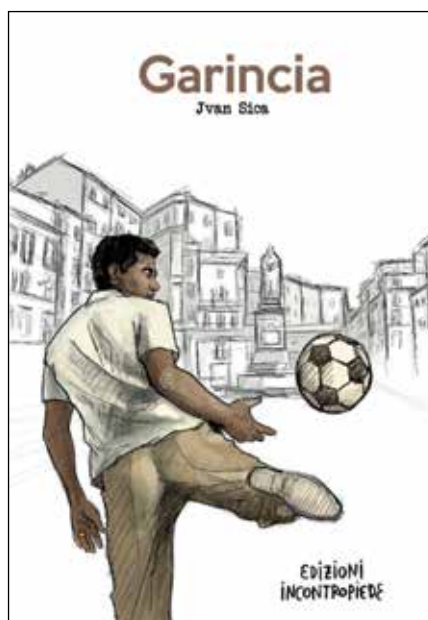
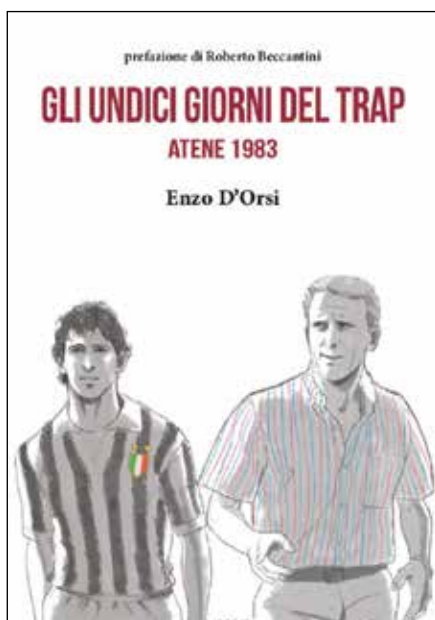
ORMAC CHALLENGER TRACER



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

IN UN LIBRO LA STORIA DI PALAZZO PRIULI STAZIO BALLAN A PIOVE DI SACCO



di **Diego Mazzetto**

“Palazzo Priuli Stazio Ballan a Piove di Sacco, storia di una villa veneta e dei suoi proprietari” è il titolo di un libro dato alle stampe a cura dell'Associazione Amici del Gradenigo e presentato lo scorso 18 dicembre presso la villa Venier Contarini di Mira, attuale sede dell'Istituto Regionale Ville Venete.

Senza temere di scivolare nella facile retorica, siamo convinti che questo documentatissimo testo, grazie alla cura con il quale è stato scritto, meriterebbe, davvero, di essere preso ad esempio per riscrivere la storia di molte altre ville venete di cui il nostro territorio è particolarmente ricco.

Nella sua presentazione dal significativo titolo “le ragioni di una villa, le ragioni di un libro”, il prof. Renzo Fontana (autore del volume insieme ad Alessandra Zabbeo e Sara Grinzato), ha posto l'accento sul perché quest'opera ha visto la luce.

“Quando nel 2004 – scrive il prof. Fontana – nell'area appena liberata dalle strutture della dismessa fonderia innalzata nel secondo dopoguerra a ridosso di palazzo Priuli, il Comune di Piove di Sacco progettava un nuovo quartiere residenziale formato da ben venticinque condomini alti quattro piani, per una cubatura complessiva di oltre 65.000 mc, fui colto da un senso di sconforto accompagnato dall'intenzione di fare qualcosa per contrastare una scelta che ritenevo, e ritengo, assolutamente incompatibile con la tutela di una delle più monumentali ville dell'intera Saccisica. Fu



Gli autori del libro: Alessandra Zabbeo, Renzo Fontana e Sara Grinzato.

così che proposi agli amici del Gradenigo, attivi da anni nell'opera di sensibilizzazione e tutela del patrimonio artistico piovese, di promuovere una pubblicazione su palazzo Priuli.

Credo, infatti, che la prima difesa della nostra eredità culturale non possa che venire dalla conoscenza.

Gli Amici del Gradenigo si erano già interessati delle ville piovesi, a cominciare da palazzo Gradenigo, in nome e a tutela del quale era nata l'Associazione: sul palazzo avevano pubblicato alcuni anni prima un libro e stavano allora preparandone un secondo su un'altra villa. La mia proposta fu generosamente accolta, così come il mio suggerimento di affidare la ricerca archivistica a una giovane ricercatrice, Alessandra Zabbeo, che avevo avuto modo di apprezzare in occasione della sua tesi di laurea, incentrata su tre ville dell'entroterra veneziano. L'esito felice delle sue lunghe e caparbie ricerche è il poderoso capitolo iniziale di questo libro, che copre i secoli dal Cinquecento all'Ottocento, cui si aggiunge quello finale sui Priuli".

La ricerca, oltre a ripercorrere le vicende proprietarie che hanno visto protagonisti gli Stazio prima, i Priuli Stazio poi, e infine i Savorgnan di Brazzà e altri fino ai nostri giorni, ha potuto attingere una serie di notizie riguardanti le opere d'arte presenti un tempo nel palazzo e la loro dislocazione, consentendo di ricostruire idealmente la fisionomia degli ambienti con il loro arredamento.

Se oggi le stanze del palazzo appaiono desolatamente spoglie, in passato esse erano riccamente addobbate di mobili e dipinti: centotrenta quadri ne animavano le pareti; soltanto di un paio è stata possibile l'identificazione:

due grandi tele di Antonio Guardi con episodi di storia antica, ma si sa per certo che c'erano anche un gran numero di dipinti di artisti riconducibili alla famiglia Stom, con funzione, per lo più, di sovrapporte.

Non solo opere d'arte tuttavia, perché gli inventari offrono anche un ricco elenco dei più vari oggetti, che ci restituiscono in qualche modo anche momenti della quotidianità della vita in villa.

Accanto alle ricerche sulla dimora nei secoli del suo splendore, si sono volute però indagare anche le vicende più prossime e traumatiche consumatesi nel Novecento.

"Sara Grinzato, un'altra giovane e valente ricercatrice – prosegue il prof. Fontana – ha potuto così mettere in luce le tristi vicissitudini patite dall'edificio e dal giardino, al quale negli anni Trenta, tra le altre cose, furono sottratti i gruppi scultorei che l'ornavano, prodomo, quindici anni dopo, dell'insediamento della fonderia in quegli spazi ormai vuoti, perché, come ben sappiamo, aperta una falla, ne discendono poi quasi sempre altri guai".

Sfogliando le pagine di questo splendido libro ci si avventura in una storia, anzi tante storie. Vicende di nobili personaggi, di opere d'arte, di passaggi di proprietà. Ma anche, e soprattutto, storie vere di persone che amavano la loro dimora in campagna arricchendola di tesori d'arte e di un rigoglioso giardino popolato di statue: quello che, in definitiva, lo studioso Michelangelo Muraro, con felici parole, definì la Civiltà delle Ville Venete. Una civiltà che nel corso del tempo ha subito le più inimmaginabili ingiurie e violenze, compresa una generale indifferenza.

Solo una particolare cura e attenzione possono far rivivere questi

PALAZZO PRIULI STAZIO BALLAN A PIOVE DI SACCO

Storia di una villa veneta e dei suoi proprietari

ASSOCIAZIONE
AMICI DEL GRADENIGO

monumenti, senza dimenticare l'ambiente in cui si trovano.

“La villa Priuli – conclude il prof. Fontana nella sua presentazione ha oggi bisogno, innanzitutto, di riannodare i suoi legami con un contesto che non gli sia estraneo e nemico. Era proprio nel suo rapporto con il contesto che l'edificio, di impianto tradizionale e di forme austere, attingeva gli esiti più originali e felici, dialogando con la strada antistante, trasformata in una sorta di quinta teatrale animata dall'incurvarsi delle nicchie e dai personaggi di pietra che le abitavano; uno spazio la cui perdita ha compromesso irrimediabilmente l'originaria valenza scenografica del complesso monumentale.

Un discorso analogo può essere fatto per il giardino, con il vantaggio che,

in questo caso, si possono ancora recuperare, se non le antiche statue proditoriamente alienate, almeno il respiro ampio di spazi non del tutto assediati dal cemento.

Se questo libro, oltre ad arricchire le nostre conoscenze, servirà anche a ripensare in termini nuovi il futuro di un così rilevante episodio della civiltà di villa – un futuro che sia degno del suo passato –, la fatica di chi questo libro ha scritto e sostenuto avrà avuto la sua migliore ricompensa”.

Per chi desiderasse acquistare il libro su palazzo Priuli, può contattare l'Associazione Amici del Gradenigo alla seguente mail: amicigradenigo@gmail.com

[HOME](#)[AZIENDA](#)[PRODOTTI](#)[OFFERTE](#)[LA RIVISTA](#)[CONTATTI](#)

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

LANZI
NASTRIFICIO

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
lanzi@lanzinastificio.com
www.lanzinastificio.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
- 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

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 orlatrici zona Fiesso D'Artico. Tel. 335 6131747

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 Fosso' (Ve) disponibile per collaborazione lavorativa. Tel. 392 5310248

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

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

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

DITTA PRODUTTRICE DI ARTICOLI DI PELLETERIA, 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.

**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**

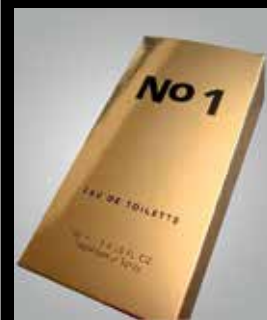


DAVVERO COSÌ IMPORTANTE?

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.

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