



BUSINESS shoes

SETTEMBRE | OTTOBRE
DUEMILA 19

www.businessshoes.it

magazine

RIVISTA DI INFORMAZIONI E SERVIZI DEL SETTORE CALZATURIERO E PELLETERIA



CENTODIECI ANNI DI MODA
FIRMATI **CHANEL**



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

MODA ITALIANA, TRA PRESENTE (AUMENTA L'EXPORT) E FUTURO (INTELLIGENZA ARTIFICIALE)

Il 2019 si sta rivelando un anno d'oro per la moda italiana. Il trend positivo è indicato dai dati diffusi da Camera Moda: il "Made in Italy" nel primo semestre del 2019 ha visto crescere il proprio export nel mondo con un aumento degli ordini del 7,3% (rispetto al primo semestre del 2018).

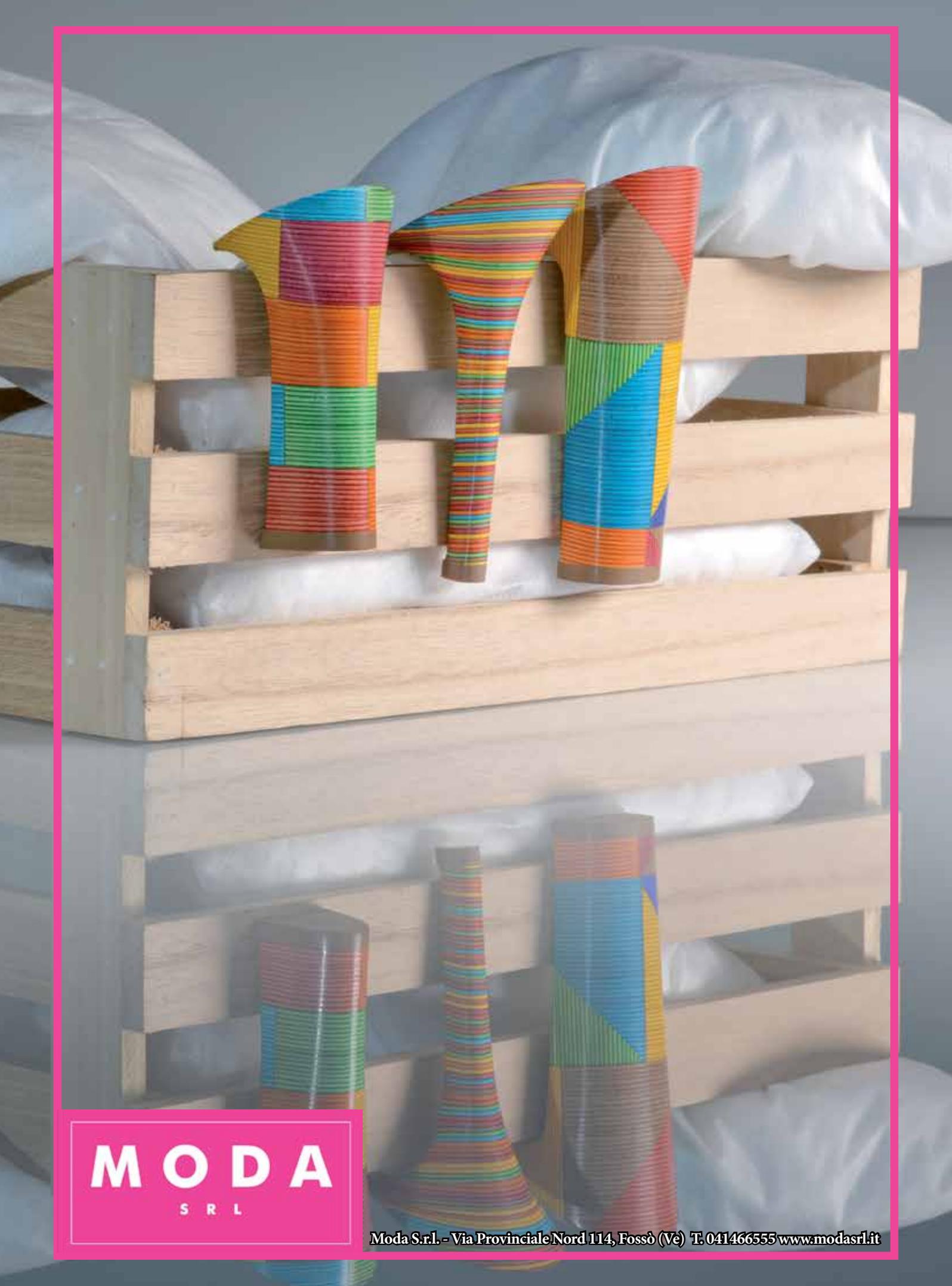
A sottolineare il momento del fashion italiano c'è anche la stampa francese. La nota rivista Marie Claire Francia ha rivolto i complimenti alla moda italiana, in particolare alla piattaforma italiana Procklfashion.it, specializzata nel prêt-à-porter italiano. Secondo la rivista francese "ha portato un vento di freschezza nel mondo della moda".

"Le collezioni firmate Procklfashion.it sono particolari ed esclusive, proprio come la loro creatrice Tanja Prockl scrive Marie Claire Francia -. Un riflesso delle nuove tendenze della creazione italiana, che abbina prodotti esclusivi e ricercati di grande qualità".

Mentre la Francia celebra (giustamente) la moda italiana, nuovi concorrenti sono all'orizzonte. Le piattaforme online hanno deciso di lanciarsi nel mondo delle creazioni moda. Facebook lo fa a modo suo. Sarà una sorta di stylist virtuale che, grazie all'intelligenza artificiale, darà consigli di abbigliamento agli utenti. Sarà in grado di riconoscere i vestiti e darà suggerimenti su cosa cambiare o aggiungere. Il nome sarà "Fashion++". "Può anche raccomandare modi per aggiustare un capo di abbigliamento, come infilare una camicia o rimboccarsi le maniche", ha spiegato Facebook sul suo sito dedicato alla ricerca. Sarebbe dunque un sistema un po' più avanzato rispetto alle attuali soluzioni che si limitano a suggerire un abito. La ricerca, ancora in fase di sviluppo, dovrebbe essere presentata dalla piattaforma all'International Conference on Computer Vision che si terrà a Seoul dal 27 ottobre.

Anche Amazon punta sull'abbigliamento. A giugno, ha svelato StyleSnap, una sorta di "Shazam dei vestiti", in grado di consigliare cosa comprare partendo dalla foto di outfit. Anche questo sistema si basa sull'intelligenza artificiale.

Nicola Brillo



MODA
S R L

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



SOMMARIO

N. 30 ANNO VII - Bimestrale
settembre - ottobre 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 Moda italiana, tra presente (aumenta l'export) e futuro (intelligenza artificiale)
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** CENTODIECI anni di MODA firmati CHANEL
- 12** MICAM compie 50 ANNI Chiusa CON SUCCESSO l'EDIZIONE 88
- 16** Il calzaturificio DONNA CAROLINA premiato al MICAM
- 18** MIPEL 116 punta sulla SOSTENIBILITÀ
- 20** ADDIO a MARIO FONTANA: ARTIGIANO della calzatura FATTA A MANO
- 22** NEO-DIPLOMATI al Percorso ITS COSMO per FASHION SHOES Coordinator al POLITECNICO CALZATURIERO
- 24** I colori BENETTON sbarcano a PRINTEMPS, il TEMPIO della moda a PARIGI
- 26** MUSICA ed EMOZIONI a MIRANO con i CAVALIERI DELL'ORDINE al MERITO DELLA REPUBBLICA ITALIANA DELLA RIVIERA DEL BRENTA
- 28** Ad ANDREA TARABBIA LA 57 ^ EDIZIONE del PREMIO CAMPIELLO
- 34** SUDAFRICA, un'economia dinamica con aspetti di fragilità
- 36** APPUNTAMENTO CON LA STORIA
VILLA MOLIN DI PADOVA
- 44** BUSINESS SHOES annunci

www.businessshoes.it





ATLANTE BREVI DAL MONDO



DEFINITE LE DELEGHE NELLA SQUADRA DEL NEO PRESIDENTE SIRO BADON

L'attribuzione dei compiti e delle responsabilità ai Vice Presidenti dà il via all'attuazione dei nuovi progetti di un settore in continua evoluzione. Il mandato di Siro Badon come Presidente di Assocalzurifici per gli anni 2019-2023 si consolida da oggi con la definizione delle deleghe ai nuovi Vice Presidenti. Questo passaggio determina il pieno funzionamento del Consiglio di Presidenza che per cinque anni affiancherà il Presidente nella guida dell'Associazione. Come già aveva evidenziato Badon nel suo discorso di insediamento, Made in Italy, innovazione del settore, sostenibilità del ciclo produttivo, attenzione al mondo delle fiere e dialogo con le istituzioni rappresentano i capisaldi intorno a cui si orienteranno le attività dell'Associazione nei prossimi anni. In accordo con questo orientamento e con le regole statutarie, al Presidente sono attribuite tutte le attività istituzionali, in particolare quelle in relazione alle attività di Confindustria Moda e Confindustria, oltre alla supervisione dell'organizzazione del MICAM, manifestazione sempre più al centro delle politiche di promozione del business per il settore a livello internazionale. L'attribuzione delle altre deleghe ai Vice Presidenti (Federico Bartoli alla Formazione; Giovanna Ceolini all'Europa; Pasquale della Pia alla digitalizzazione e alla sostenibilità; Salina Ferretti ad Asia, America, Seoul, Tokyo e calzature da bambino; Giampietro Melchiorri alla Russia e Paesi dell'ex CSI oltre ai Paesi Emergenti) rende attuabili le linee espresse dal Presidente e condivise dall'Assemblea dei Soci e individua i responsabili delle varie attività dell'Associazione.



LO STILE "URBAN WILD" DI GARMONT APPRODA A MICAM MILANO

Debutto per il marchio veneto Garmont alla fiera della calzatura Micam. In primo piano Tikal, incontro fra outdoor e casual, e le nuove Rangers e Rangers Lite, derivate da un ambizioso progetto che arriva da lontano. Fedele allo spirito #StayWild che la caratterizza, Garmont si appresta a vivere una nuova avventura al di là dei confini del settore nel quale il marchio è nato e cresciuto a partire dal 1964. Sono sempre di più le calzature e indumenti ispirati alla vita attiva che si traducono in proposte per la vita di tutti i giorni, in un momento storico in cui la crescente attenzione al benessere e al vivere in salute avvicina tante persone alle discipline outdoor ad ogni livello. A Milano Garmont ha portato il meglio della sua collezione Outdoor, e soprattutto due proposte nelle quali si incontrano l'approccio e il know-how tecnico e outdoor proprio del marchio e una chiave casual che parla la lingua della moda urbana: uno stile "Urban Wild".

IL SETTORE TESSILE, MODA E ACCESSORIO NEL 2018

Sulla base delle analisi effettuate dal Centro Studi di Confindustria Moda, il settore "Tessile, Moda e Accessorio" (aggregato, si ricorda, comprensivo dei settori "Calzature", "Concia", "Occhialeria", "Oreficeria-Argenteria-Gioielleria", "Pelletteria", "Pellicceria" e "Tessile-Abbigliamento") archivia il 2018

in territorio positivo con riferimento a fatturato e commercio con l'estero, pur evidenziando, a seguito del deterioramento del quadro congiunturale a livello internazionale, una decelerazione dei tassi di crescita rispetto alle ben più soddisfacenti performance raggiunte nel corso del 2017. Un cambio di passo si registra, invece, per il numero di aziende attive e di addetti, entrambi in lieve calo. Il fatturato del settore contiene l'aumento al +0,7% su base annua, salendo a 95,5 miliardi di euro (le stime rilasciate lo scorso Gennaio, allorquando si era prevista una crescita pari al +0,9%, risultano, pertanto, lievemente riviste al ribasso). Guardando l'export, dopo la discreta crescita del 2017 (+5,2%), chiude il 2018 facendo registrare una dinamica pari al +2,7%; le esportazioni complessive dei settori rappresentati da Confindustria Moda si portano sui 63,4 miliardi di euro (ovvero 1,64 miliardi in più rispetto ai livelli raggiunti nel 2017). Il 49,6% di tali flussi è assicurato dal tessile- abbigliamento, seguito da calzature e pelletteria rispettivamente con un'incidenza del 15,1% e del 12,9%; l'oreficeria-gioielleria copre il 10,2%, mentre occhialeria e concia risultano entrambe attorno al 6,0%, le pellicce nell'ordine dell'1,0%. Contestualmente, l'import segna un incremento su base annua pari al +3,6%, più sostenuto quindi rispetto a quello sperimentato dalle vendite estere, e si avvicina ai 35,3 miliardi. A fronte di simili andamenti di export ed import, il saldo commerciale del comparto TMA oltrepassa i 28,1 miliardi di euro, guadagnando oltre 424 milioni nei dodici mesi (+1,5%). Il TMA si conferma, quindi, il secondo settore industriale italiano per avanzo commerciale dopo la meccanica. Si sottolinea, peraltro, come la bilancia commerciale si sia confermata in surplus per tutti i 7 settori. Passando ora all'esame della "geografia" degli scambi messi in campo dal complesso dei settori esaminati, nel 2018 la UE ha assorbito il 46,8% dell'export in valore, mentre ha generato il 45,4% delle importazioni. In termini complementari, le aree extra-UE, invece, hanno coperto il 53,2% delle vendite italiane, mentre hanno assicurato il 54,6% delle importazioni. Analizzando più in dettaglio le performance sperimentate dai singoli Paesi dell'Unione, si confermano ai primi posti, quali partner d'elezione per le aziende del settore, Francia, Germania, Regno Unito e Spagna. In corso d'anno le vendite sul mercato francese, primo sbocco, crescono del +3,3%, mentre la Germania rimane stabile (+0,2%).



ORAFI
Artigiani Associati

PARTNERS

idd

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

CENTODIECI ANNI DI MODA FIRMATI CHANEL



di **Diego Mazzetto**

Il 2019 segna il traguardo dei centodieci anni di moda firmati Chanel. Non ci si può dunque esimere a raccontare la straordinaria avventura imprenditoriale di un marchio protagonista nel mondo. Era il 1909 quando Gabrielle Chanel aprì un negozio al piano terra degli appartamenti Balsan di Parigi dando il via a quello che in seguito diverrà uno dei più importanti imperi aziendali del pianeta.

L'edificio Balsan era un luogo in cui si ritrovava l'élite parigina, e per la stilista era un'ottima opportunità di vendere i cappelli di

sua creazione. In questa occasione Gabrielle "Coco" Chanel conobbe anche Arthur Capel che riconobbe in lei un ottimo fiuto per gli affari e l'aiutò a trasferire nel 1910 l'attività al 31 di Rue Cambon di Parigi in cui già c'era un negozio di sartoria. Nel 1913 Chanel aprì due nuove boutique a Deauville e Biarritz in Francia, dove lanciò una moda maschile più semplice delle tendenze della Belle Époque, che privilegiava uno stile sfarzoso ed opulento.

L'inizio della prima guerra mondiale influenzò anche il mondo della moda, dato che le donne

dovettero sopperire alle mancanze lavorative dei mariti impegnati al fronte. Pensando al modo in cui vestire le donne, affinché potessero avere dei capi d'abbigliamento comodi e pratici anche sul lavoro, Chanel aprì una nuova boutique a Rue de Cambon davanti all'Hôtel Ritz Paris. Furono prodotti blazer di flanella, gonne di lino, marinarette e maglioni in jersey. Lo stile Chanel divenne celebre per la sua semplicità in tutta la Francia. Nel 1915 e nel 1917, la rivista Harper's Bazaar scrisse che un abito Chanel dovrebbe stare "nella lista di ogni compratore".

Coco Chanel diventò una delle più celebri stiliste al mondo e, seguendo le tendenze della moda degli anni venti, produsse nuovi abiti femminili ancora oggi considerati di grande eleganza. Nel 1921 fu prodotto il primo profumo della casa di moda, Chanel No. 5 creato da Ernest Beaux. Il nome fu scelto da Coco Chanel semplicemente riferendosi al numero prova dell'essenza: quasi inconsciamente stava dando il nome ad un mito secolare. Coco Chanel fu la terza stilista, dopo Paul Poiret e Maurice Babani, a creare una linea di profumi associata a una linea di moda. Il profumo ebbe un notevole successo, al punto che il "5" divenne il suo numero fortunato. *Chanel No.5* fu il primo di una serie di profumi che divennero uno dei prodotti di punta della *maison* e alla cui commercializzazione Pierre Wertheimer affiancò Coco Chanel. *Chanel N.22* vide la luce nel 1922, *Gardénia* nel 1925, *Bois des Îles* nel 1926, *Cuir de Russie* nel 1927, *Sycamore*, *Une idée* nel 1930, *Jasmin* nel 1932. Nel 1923 la stilista rivelò ad *Harper's Bazaar* che la semplicità è la chiave di volta per la vera

eleganza.

Risale al 1926 l'arrivo sul mercato del tubino, la *petite robe noire*, considerato il capo più importante nella storia dell'abbigliamento. Nel 1932 Chanel lanciò sul mercato una linea di gioielleria, basata principalmente sui diamanti, realizzati con la collaborazione del conte Etienne de Beaumont e del duca Fulco da Verdura. Nel 1939 lo scoppio della seconda guerra mondiale costrinse Coco Chanel a chiudere il negozio di rue de Cambon, lasciando in vita soltanto l'attività dei profumi. Accusata di aver collaborato con i nazisti, al termine della guerra Chanel preferì trasferirsi in Svizzera e vendere tutti i diritti del marchio a Pierre Wertheimer.

Chanel ritornò a Parigi nel 1953 per scoprire che la scena della moda era dominata dal giovane stilista Christian Dior. In seguito ritornò in affari con Pierre Wertheimer riprendendo pieno possesso del marchio "Chanel".

La loro collaborazione fece tornare la *maison* al vertice del mondo della moda. La nuova collezione primaverile di Chanel ottenne un

grande successo, ed in particolar modo fu molto apprezzato il suo *tailleur* di maglia, che diverrà celebre anche grazie a Jacqueline Kennedy. Diventata icona internazionale, Chanel conquistò il prestigioso riconoscimento *Fashion Oscar* di Neiman Marcus, che le fu assegnato nel 1957 a Dallas. Nel 1965 Jacques Wertheimer prese il posto del padre Pierre alla guida dell'azienda. Il 10 gennaio 1971 Coco Chanel morì all'età di 87 anni. La guida dell'azienda passò a Yvonne Dudel, Jean Cazaubon e Philippe Guibourgé, che contribuirono a mantenere alto il nome del marchio, anche se Jacques Wertheimer alla fine rilevò l'intera casa di moda. Nel 1974 fu lanciata sul mercato l'eau de toilette *Cristalle*, nata da un progetto che Coco Chanel aveva iniziato quando era ancora in vita. Il 1978 vide la nascita della prima linea di prêt-à-porter del marchio (disegnata da Philippe Guibourgé) e la distribuzione di essa a livello mondiale. Alain Wertheimer prese il posto del padre Jacques nel 1974. Grazie alle sue strategie di mercato, il profumo *Chanel No. 5* ritornò a essere il più





venduto al mondo. Inoltre, Alain Wertheimer riuscì a “strappare” alla casa di moda Chloé il rinomato stilista Karl Lagerfeld.

Karl Lagerfeld si occupò dal 1983 della linea d'alta moda e dal 1984 del prêt-à-porter. Pur mantenendo inalterati lo stile ed i valori del marchio “Chanel”, Lagerfeld attualizzò l'azienda introducendo importanti innovazioni e lanciando nuove linee, mentre la famiglia Wertheimer si occupò di creare nuove società per differenziare la produzione Chanel, spaziando dalla cosmetica, alla gioielleria, ai costumi da bagno (tramite il marchio Erès), agli orologi ed agli occhiali (licenziati da Luxottica).

Nel febbraio 2002, in collaborazione con il Musée National d'Histoire Naturelle, è stata organizzata a Roma una mostra dedicata al diamante presso le scuderie del Quirinale. Insieme ai gioielli Cartier e De Beers e ai quadri di Tiziano e Rubens sono stati esposti tre gioielli firmati da Coco Chanel: la spilla del 1932 Étoile, in platino e diamanti, il collier Comète tempestato da 650 diamanti, ed un anello composto da 22 diamanti di 2,15 carati, ed al centro un diamante da un carato.

Nel 2018 Chanel pubblica il primo resoconto finanziario dopo 108 anni, rendendo noto un fatturato di 9,3 miliardi di dollari e un utile

prima delle imposte di 2,69 miliardi. Ha anche razionalizzato la struttura con la creazione della holding *Chanel Limited* con sede a Londra, dove ha trasferito parte del personale da New York. Nel settembre 2018 acquisisce una quota di minoranza di Montres Journe, azienda svizzera di orologi che produce solo 900 esemplari l'anno. In ottobre altra acquisizione: Orlebar Brown, società inglese di costumi, accessori e abbigliamento per la vita da resort e nata nel 2007 per vendite solo on line.

Nel 2019 Virginie Viard è nominata direttrice artistica di Chanel in seguito alla morte di Karl Lagerfeld.

Il simbolo che contraddistingue la casa di moda, composto da una doppia lettera C incrociata, fu registrato come marchio di fabbrica nel 1924. La sua origine è incerta e viene fatta risalire a seconda delle fonti a un medaglione rinascimentale presente nella villa Château Crémât sulle colline di Nizza, allora appartenente all'ereditiera statunitense e amica di Coco Chanel Irene Bretz, o al simbolo risalente al XVI secolo *candidior candidis* (la più bella delle belle), adottato dalla regina Claudia di Francia e, in seguito, da Caterina de' Medici, che Coco poteva avere visto presso Château Chaumont e

nel castello reale di Blois. Coco Chanel rivoluzionò il mondo dell'alta moda sostituendo i sontuosi abiti femminili con modelli più semplici e lineari, oltre che notevolmente più comodi. Gli anni venti e trenta furono contraddistinti proprio dalle linee e dalla moda inventata dalla stilista. Chanel non diede solo una svolta al mondo della moda, ma per la prima volta valorizzò la donna e ruppe la coltre fitta che impediva di vedere il genere femminile alla pari con quello maschile. Il dettaglio per eccellenza nello stile Chanel è il cappello, in cui tutto il suo istinto e la

sua passione si liberano, coronando gli abiti di luce, colore, eleganza, classe, leggerezza e personalità. La "petite couturière" Coco è sovrana dello stile e della classe ai quali non rinuncia mai, conferendo unicità e originalità a ogni sua creazione. Sempre giovanile ed elegante, l'indimenticabile Chanel seppe dare alla donna un'importanza maggiore nel mondo del lavoro, unendo una semplice giacca di taglio maschile a una gonna, permettendo così a chi la indossava di mostrare la propria femminilità.



MICAM COMPIE 50 ANNI CHIUSA CON SUCCESSO L'EDIZIONE 88



Chiusa con successo l'edizione del cinquantenario del Micam. A Fiera Milano è andata in scena l'ottantottesima edizione del Salone internazionale della calzatura promosso da Assocalzaturifici. La manifestazione ha visto la presenza di 44.076 operatori, di cui il 60% internazionali, che hanno potuto scoprire in fiera le proposte di 1303 aziende espositrici. La crescita registrata è stata del +0,94% sui singoli ingressi rispetto al febbraio 2019. In particolare un aumento del quasi 2% degli

esteri e -0,55% degli italiani.

Sul fronte internazionale confermata una fortissima presenza proveniente dalla Cina e da Hong Kong, resa possibile dal periodo non caratterizzato dalle festività in questi Paesi; è stato registrato un +10% dalla vicina Svizzera. In tenuta sostanziale i mercati tradizionali europei, mentre un calo a doppia cifra dalla Russia (-12,85%) e Ucraina (-8,68%).

Micam 88 è stata la prima edizione sotto la guida del nuovo presidente Siro Badon: "Le

fiere continuano a rappresentare uno strumento completo per il business del settore e, visti i risultati siamo orgogliosi della buona riuscita di questa edizione che conferma MICAM la manifestazione più importante al mondo in questo settore. La nostra associazione continuerà a lavorare per l'internazionalizzazione delle aziende, utilizzando tutte le strategie possibili per far incontrare il prodotto di qualità con i buyer in grado di apprezzarla, guardando in particolare ai mercati di Russia e Ucraina, in

calo, come già previsto e descritto dai dati pre-manifestazione”.

Il salone appena concluso ha segnato un importante anniversario, quello dei cinquant'anni dalla prima edizione: un simbolico momento di passaggio per il settore, al centro di importanti cambiamenti sia nel processo produttivo, sia nella cultura del prodotto calzaturiero e nella sua percezione da parte del consumatore finale. Micam è stata anche occasione per rilanciare il Made in Italy della calzatura in un momento ancora complesso per i distretti del settore, dimostrando che le creazioni della moda italiana non sono solo eccellenze produttive, ma anche icone della cultura del nostro Paese. Un aspetto, quest'ultimo, messo in evidenza anche da Ivan Scalfarotto, Sottosegretario al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che ha visitato la manifestazione, anticipando alcune iniziative sul tema dell'internazionalizzazione e della valorizzazione del sistema moda.

Tra le tante novità presentate durante questa edizione di Micam, è stato accolto con grande interesse da parte degli operatori l'avvio di una nuova area espositiva, Players District, creata per offrire un palcoscenico al comparto delle calzature sportive e outdoor, che trovano attenzione crescente tra i consumatori e buyer, impegnando le aziende a continui investimenti in ricerca e tecnologia. Questo spazio, vitale e ricco di eventi collaterali come il Micam Trophy, si svilupperà ulteriormente nell'edizione di febbraio.

Grande successo anche per la mostra "It's Shoe Time" allestita nella Fashion Square, che ha consentito ai visitatori di immergersi virtualmente nella storia del costume dagli anni '70 ad oggi, dal punto di vista della moda delle calzature. Un racconto emozionante e avvolgente è con un allestimento digitale che ripercorre cinque decenni di forme, colori e moda della calzatura, vista come fenomeno di costume sempre al centro dell'attenzione tra tendenze, personaggi

ed invenzioni.

Questa edizione speciale ha visto la presenza di 1303 espositori - 695 italiani e 608 internazionali - su oltre 60.000 mq, che hanno presentato in anteprima le collezioni Primavera/Estate 2020. Tra i grandi nomi presenti, il rientro di brand come Nero Giardini, Alberto Guardiani e Nine West e nuovi ingressi come North Sails, Hush Puppies e Donald Pliner.

Micam 88 si è aperta in un momento particolarmente delicato del settore, che vale circa 14,3 miliardi di euro di fatturato, occupa oltre 75.000 addetti ed esporta l'85% della produzione.

"Celebriamo i cinquant'anni guardando soprattutto al futuro - ha spiegato Siro Badon, presidente di Assocalzaturifici e MICAM - nuove idee creative, start-up, nuovi valori per il settore e originali canali di comunicazione sono, infatti, le direttrici su cui puntare per guardare con fiducia ai prossimi cinquant'anni".

A Micam 88 numerose anche le iniziative che





hanno dato spazio soprattutto alle prospettive del settore e ai giovani che potranno esserne i protagonisti nei prossimi anni. Sono tornati, così, gli Emerging Designer con le loro proposte creative, che sapranno stupire grazie a proposte inedite, materiali innovativi e forme originali. A partire da questa edizione, ogni designer è sostenuto dall'attività di un Influencer, all'insegna di un'evoluzione che non riguarda solo il prodotto, ma anche la modalità di comunicarlo. I designer emergenti presenti a Micam saranno: Adult, Anna Baiguera, Annie Gestroemi, Andrea Mondin, Balluta, King Ping, Maison Ernest, Marie Weber, Me.Land, Panafrica, Paolo Ronga, Seven All Around.

Per la stagione Primavera/Estate 2020, le tendenze delle calzature si ispirano a tre temi differenti: "Designing Emotion" che interpreta l'interazione tra tecnologia, artigianalità e l'uomo, "Code Create" dal look futuristico, per unire mondi fisici e digitali, "Empower Up", la

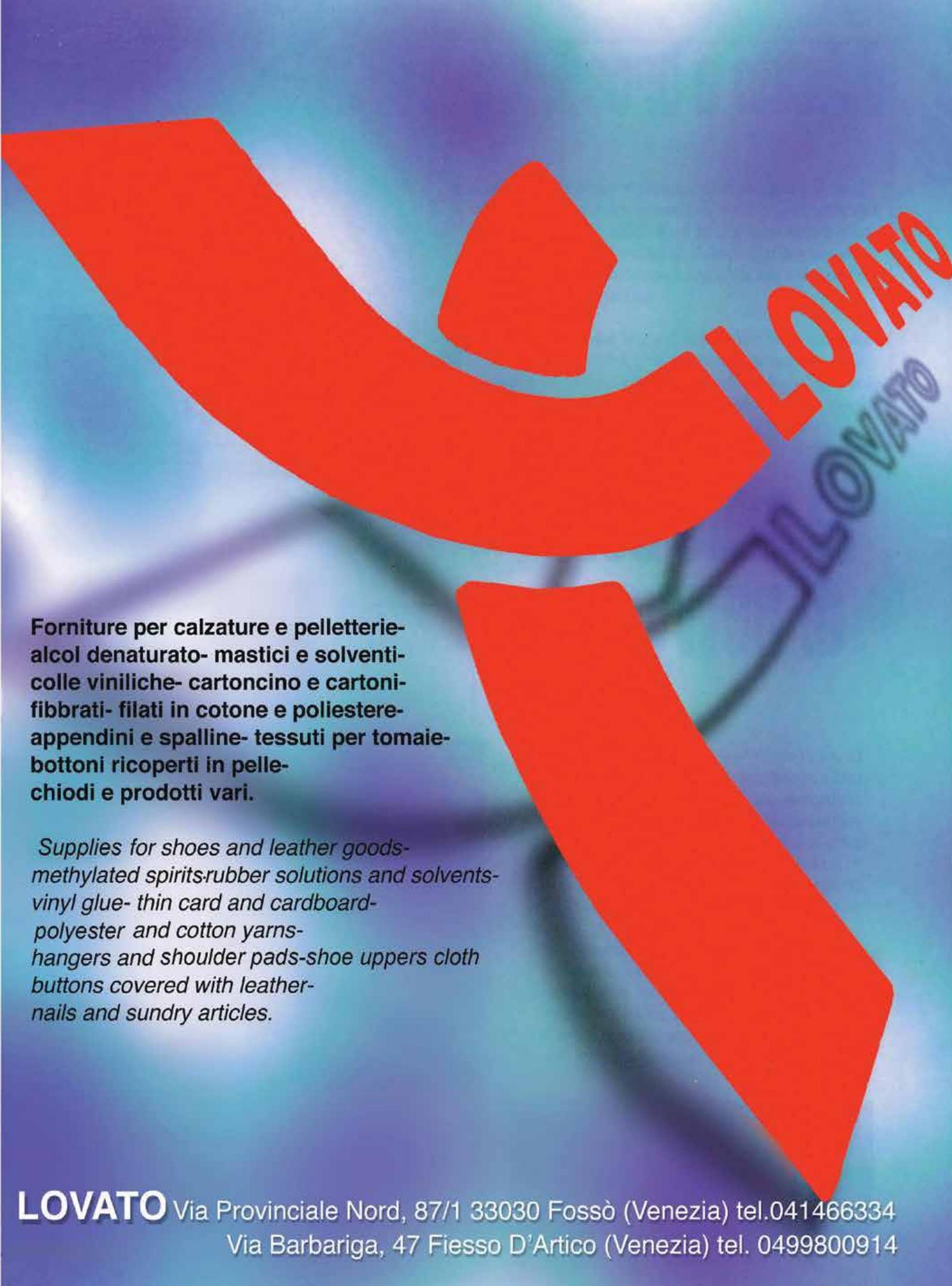
tendenza giovane che si rifà al mondo punk o alla cultura moderna africana.

I materiali sono di prima qualità e la palette cromatica è quanto mai varia: accanto a colori pastello ci sono tonalità vivaci, mentre le nuances luminose contrastano i toni più accesi. La tendenza "Designing Emotion" mostra come la tecnologia e l'artigianalità possono lavorare insieme per creare modelli che valorizzano l'imperfezione e offrire un collegamento più profondo dopo l'acquisto. La palette cromatica introduce una gamma di colori pastello in chiave contemporanea, accanto a calde tonalità marroni in contrasto alle nuances tipiche delle gemme. Per le scarpe, le tecniche tradizionali sono associate a strumenti all'avanguardia e i materiali di prima qualità sono essenziali. Le forme modellate hanno un ruolo chiave nella creazione dei prodotti principali.

Con "Code Create" si propone un'unione tra scienza, tecnologia e natura, e si riscrive il

codice del vestire e del progettare accessori con materiali che guardano al futuro. L'attenzione si concentra sui materiali naturali, mixati a materiali sintetici sostenibili per stimolare le percezioni. Per le calzature, la palette cromatica presenta sfumature che evocano sensazioni. I colori luminosi risaltano tra i toni più naturali e più comuni.

Grazie a "Empower Up" nasce un nuovo senso di vitalità e cambiamento, caratterizzato interamente dalla presenza delle nuove generazioni e dai gruppi che non avevano voce. Empower Up è una tendenza giovane, ottimista, ispirata dalla crescente influenza della generazione Z. Il design delle calzature combina elementi divertenti e eco-sostenibili a capsule prettamente estive. Le misure sono over, le decorazioni eccessivamente kitsch, combinate a elementi vintage. La palette cromatica offre colori accesi, delavé, scelti tra una gamma di tonalità medie e sfumature azzurre.



**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 Barbariga, 47 Fiesso D'Artico (Venezia) tel. 0499800914

IL CALZATURIFICIO **DONNA** **CAROLINA** PREMIATO AL **MICAM**



In occasione del suo cinquantésimo compleanno MICAM, il salone internazionale leader del settore calzaturiero, ha premiato le aziende espositrici presenti dal 1969. Fra queste, l'impresa di Fiesso D'Artico Donna Carolina. Fondata a metà degli anni Cinquanta da Roberto Terrin, oggi è guidata dai figli Elena ed Enrico, insieme alla madre Adelina. L'intero gruppo di società controllate da Donna Carolina fattura 15 milioni di euro e dimostra una forte vocazione all'internazionalizzazione. Le calzature, per il 99,9 per cento, sono esportate in Europa, Stati Uniti, Australia e Asia. È in questi mercati che l'azienda intende continuare a crescere, anche attraverso la presenza di showroom dedicati. Ricerca e innovazione sono al centro del successo dell'impresa di Fiesso D'Artico. "Il consumatore - ha spiegato Elena Terrin - acquista un articolo se si differenzia dagli altri. Donna Carolina realizza, da sempre, scarpe basse e quando ha scelto di cavalcare l'onda

del cambiamento, lanciandosi nella creazione di calzature ginnico-sportive, il passo è stato breve. La sensibilità al tema della sostenibilità è crescente. In quest'ottica, siamo riusciti a combinare la pelle con tessuti di riciclo, ottenendo nuovi prodotti tecnici tanto leggeri, morbidi e resistenti, da richiamare l'attenzione della stampa europea. Abbiamo, inoltre, provato ad applicare alla calzatura tradizionale le fibre nate nell'ambito dell'abbigliamento sportivo. L'intuizione si è rivelata un successo". La rapidità dei processi di comunicazione con il cliente e la completezza delle informazioni trasmesse è altrettanto importante. La digitalizzazione riguarda anche la fase della vendita. Tramontato il concetto di stagionalità, la promozione è affidata a newsletter e a comunicati. L'acquisto agli online shop, che non sostituiscono i punti vendita, bensì li completano. Si accorcia la distanza fra produttore e consumatore e viene soddisfatta

la crescente sete di informazioni di quest'ultimo sulla merce.

"MICAM rappresenta la migliore vetrina al mondo per le piccole-medie e grandi aziende calzaturiere del nostro Paese - ha dichiarato Siro Badon, Presidente di Assocalzaturifici e di ACRiB -Sezione Calzature di Confindustria Venezia Rovigo. La Riviera del Brenta ha saputo sfruttare questa opportunità come dimostra Donna Carolina, che continua a produrre con il proprio marchio esportandolo in tutto il mondo". "Il sistema Confindustria - ha affermato il Presidente di Confindustria Venezia Rovigo Vincenzo Marinese - è chiamato ad accompagnare le imprese associate nel raggiungimento dei loro obiettivi attraverso numerosi strumenti, fra i quali MICAM. Il calzaturificio Donna Carolina è stato fra i primi a credere nelle grandi potenzialità del Salone, come testimonia il riconoscimento che ha ricevuto".



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

MIPEL 116 PUNTA SULLA SOSTENIBILITÀ



Si è appena conclusa l'edizione 116 di Mipel, un'edizione eccezionale quanto a presenze di visitatori qualificati ed eventi, la prima sotto la presidenza di Franco Gabrielli e la quinta guidata da Danny D'Alessandro (direttore generale di Assopellettieri e ceo di Mipel). Sostenibilità e consapevolezza ambientale sono stati il fil rouge dei numerosi eventi e workshop realizzati durante i giorni della manifestazione. L'edizione si è conclusa facendo registrare un 'boom' di presenze (+19% di operatori qualificati rispetto all'edizione di settembre 2018) grazie, soprattutto, al forte incremento di buyer provenienti dall'UE e dai principali mercati mondiali di riferimento della pelletteria italiana. In particolare, per quanto riguarda il mercato europeo, si segnala un forte incremento di visitatori provenienti da Germania (+27,80%), Spagna (+23,16%), Regno Unito (+19,46%), Svizzera (+13,22%) e Francia (+8,44%). Quanto, invece, ai mercati extra-UE, sono da

evidenziare le performance fatte registrare dai buyer provenienti da Corea Del Sud (+17,58%) e Cina (+6,36%). Il Giappone si conferma il primo paese 'visitatore' di Mipel, seguito dalla Federazione Russa. In leggero calo le presenze di visitatori statunitensi (-2,76%). Il panorama è completato dal forte incremento di visitatori italiani (+12,37%). In proposito, Franco Gabrielli, dopo aver ringraziato il suo predecessore Riccardo Braccialini per l'ottimo lavoro svolto, dichiara: "Abbiamo chiuso un'edizione eccezionale che, numeri a parte, ha raccolto la soddisfazione di espositori e buyer, l'aspetto che a me interessa di più. Questa soddisfazione è il miglior biglietto da visita del nostro prodotto fieristico e ci dà il giusto stimolo per lavorare forte sul futuro. Sul futuro - prosegue Gabrielli - ho le idee chiare: la moda è innovazione, coraggio e un pizzico di spregiudicatezza. Mi piace stupire". La manifestazione, organizzata da Assopellettieri

con il supporto di Ice-Agenzia e Mise, ha rinnovato il proprio impegno in favore della sostenibilità ambientale e responsabilità sociale. Mipel ha riunito oltre 350 brand e più di 12.000 visitatori qualificati provenienti da tutto il mondo (96 Paesi). Ha accolto brand consolidati tra cui: Athison, Bric's, Cabin Zero, Caterina Lucchi, Cromia, Gabs, La Martina, Tosca Blu, e per la prima volta aziende nuove come ad esempio: Aeronautica Militare, Gio Cellini, Lamborghini, Nannini. Tante le novità e collaborazioni che sono state presentate grazie al contributo di Gabrielli che già alla sua nomina a fine giugno aveva dichiarato che tra le priorità su cui dirigere gli sforzi ci sarebbe stato il rinnovamento della fiera Mipel, che deve puntare sempre di più sulla qualità, i giovani e le idee innovative. "Sono entrato in corsa per l'organizzazione dell'edizione 116 e abbiamo già portato diverse novità interessanti che sono sicuro verranno

apprezzate da visitatori ed espositori - ha dichiarato Gabbrielli - sono già con la testa al prossimo Mipel117 per completare il percorso di rinnovamento che ho in mente”.

A Mipel116 nulla è a caso e tutti i progetti speciali sono collegati tra loro e accomunati dal denominatore comune che è la sostenibilità. È così che il consumo di bottigliette di plastica si è tradotto in pozzi di acqua potabile per le popolazioni più sfortunate e in una sensibilizzazione di visitatore ed espositore a riciclarle correttamente. La sostenibilità ambientale di cui si fa portavoce Mipel116 si è tradotta anche in una promozione di mezzi di trasporto virtuosi come ad esempio il tram dedicandogli un progetto speciale.

La prossima edizione di Mipel si svolgerà dal 16 al 19 febbraio 2020 presso Fieramilano-Rho, in concomitanza con Micam e Homi e in sovrapposizione con il primo giorno della Milano Fashion Week.

Durante la fiera sono state diffuse le cifre relative al primo semestre del 2019 - elaborate dal Centro Studi di Confindustria Moda per Assopellettieri -, che confermano i trend che già avevano caratterizzato l'intero 2018. Le dinamiche sono nuovamente poco premianti sul mercato interno (con l'ennesima contrazione degli acquisti delle famiglie sia in volume che in spesa, peraltro ancor più marcata rispetto agli anni recenti) e un sensibile incremento delle vendite estero in termini di valore, a testimonianza sia dell'ulteriore innalzamento del

livello qualitativo della produzione italiana che, soprattutto, del ruolo sempre più determinante svolto - nell'andamento complessivo delle variabili settoriali - dalle grandi griffe internazionali del lusso.

Tale dinamica dell'export, marcatamente positiva in valore (+27,5% nei primi 5 mesi 2019 rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, con prezzi medi al KG in crescita del 23,7%), è accompagnata da trend decisamente meno brillanti in volume (+3,1%). Non a caso, le indicazioni sulla congiuntura fornite dagli operatori del settore - composto in gran parte da realtà di piccole dimensioni (il numero medio di addetti per impresa è di poco superiore a 7 e il 70% delle aziende ha non più di 5 addetti) - risultano caratterizzate da una forte disomogeneità, con la presenza diffusa di andamenti aziendali decisamente meno premianti rispetto alla media settoriale, quando non addirittura negativi.

I dati di Infocamere-Movimprese segnavano a fine giugno 2019 un saldo negativo nel numero di imprese, tra industria e artigianato, pari a 78 unità in meno nel confronto con fine dicembre 2018, a dimostrazione della coesistenza nella filiera di molteplici velocità e differenze di performance tra gli operatori, avvalorata peraltro da un incremento nelle ore di cassa integrazione guadagni autorizzate per le aziende dell'area pelle (pelletteria, concia e calzature) nella prima metà del 2019 (+27,1%, secondo i dati INPS).

Uno scenario, dunque, in cui i dati medi di

crescita a doppia cifra delle vendite estero diffusi da Istat nascondono “due velocità”, come emerge anche osservando la graduatoria dei mercati di sbocco. L'analisi per Paese mette in luce come tale andamento decisamente favorevole sia da attribuire esclusivamente ai flussi diretti in Svizzera, tradizionale piattaforma logistico-distributiva dei grandi brand internazionali della moda, raddoppiati in valore nei primi 5 mesi dell'anno (+112,7%), con un +14,2% nei KG.

Al netto delle vendite in Svizzera - confermatasi prima destinazione in valore, con una quota del 38,5% sul totale, e seconda in quantità, a ridosso della Germania - l'export settoriale si ridurrebbe infatti ad un modesto +2% tendenziale in valore, con un +1,6% in KG e prezzi medi pressoché fermi (+0,4%).

Senza nulla togliere all'incoraggiante risultato conseguito dal settore nel suo complesso, dunque, appare chiaro come non manchino mercati e realtà aziendali con performance meno proficue, come evidenzia il dettaglio dei flussi per destinazione e tipologia merceologica. Partendo dall'esame dell'export per Paese, l'avvio 2019 risulta caratterizzato dall'ulteriore frenata in Russia e da dinamiche stagnanti (quando non recessive) in diversi mercati comunitari (Germania in primis, in cui il raffreddamento dell'economia pare aver indotto la distribuzione ad una maggior prudenza negli acquisti: -10,1% nei KG, a fronte di una sostanziale stabilità in valore, +0,7%).



ADDIO A MARIO FONTANA: ARTIGIANO DELLA CALZATURA FATTA A MANO

di Diego Mazzetto

Lo scorso agosto, all'età di settantasei anni, è venuto a mancare Mario Fontana, titolare con la famiglia dello storico calzaturificio Aurelia di Sant'Angelo di Piove di Sacco.

Alcuni anni fa *Business Shoes* aveva raccontato nelle proprie pagine la storia imprenditoriale di Mario, un artigiano che amava eseguire le calzature a mano, *come si faceva una volta*.

Mario aveva ereditato la passione dal padre Mosè, un calzolaio di *vecchio stampo* che si attardava per lunghe ore al "deschetto" (il banchetto da lavoro), a produrre instancabilmente calzature da uomo: la sua specialità.

Mario fece tesoro di quegli insegnamenti e negli anni incrementò il lavoro, aggiungendo qualche macchina, ma per il resto non volle cambiare nulla di quello che il papà gli aveva trasmesso: scarpe rigorosamente maschili, identica qualità. Nel calzaturificio artigianale di Mario furono conservati i vecchi strumenti della tradizione, così come gli antichi gesti, con la preparazione del filo di lino singolo fatto con cinque capi e poi arrotolato.

Tra i cimeli di famiglia, Mario era particolarmente affezionato al banchetto da calzolaio del



papà *"uno strumento di lavoro - egli amava raccontare - attorno al quale, oltre a mio padre, si sedevano altre tre persone per portare a termine le calzature e dove, da bambino, ho iniziato anch'io a imparare il mestiere"*.

Mario considerava il suo lavoro una passione ed era orgoglioso di mostrare negli scaffali del suo calzaturificio pelli rare e preziose di coccodrillo, lucertola e struzzo, impiegate per confezionare calzature importanti destinate a raggiungere i negozi più prestigiosi del mondo.

Una produzione molto limitata la sua, con poche paia realizzate quotidianamente e con sistemi antichi, lasciando *"maturare"* le scarpe nelle forme per più di qualche giorno.

Operazioni eseguite, come sottolineava Mario con orgoglio, *senza fretta ma con estrema cura nei dettagli*.

La passione per la calzatura fatta a mano Mario la condivideva con la moglie Laura e aveva saputo trasmetterla ai figli Linda e Enrico che lo affiancavano in azienda.

Alla famiglia Fontana le più sincere condoglianze da parte di tutta la redazione di *Business Shoes*.



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

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

NEO-DIPLOMATI AL PERCORSO ITS COSMO PER FASHION SHOES COORDINATOR AL POLITECNICO CALZATURIERO



Si sono conclusi gli esami finali del percorso dell'Academy ITS COSMO per diventare Coordinatori di collezione (Fashion Shoes Coordinator) presso il Politecnico Calzaturiero di Vigonza (PD).

Diciotto gli studenti che hanno acquisito il diploma professionalizzante riconosciuto dal Ministero dell'istruzione. Le competenze acquisite sono particolarmente richieste nel settore calzaturiero e sono spendibili nelle diverse aree aziendali come l'ufficio progettazione, sviluppo prodotto, produzione e commerciale marketing. Non a caso, dunque, 15 allievi su 18 stanno già avendo esperienze lavorative in azienda.

Gli Istituti Tecnici Superiori (ITS) sono percorsi di Specializzazione Tecnica Post Diploma, riferiti alle aree considerate prioritarie per lo sviluppo economico e la competitività dell'Italia, realizzati in collaborazione con imprese, università, centri di ricerca scientifica e tecnologica, enti locali, sistema scolastico e formativo.

Un'opportunità di assoluto rilievo nel panorama formativo italiano in quanto espressione di una nuova strategia che unisce le politiche

d'istruzione, formazione e lavoro con le politiche industriali del paese.

È la risposta italiana alla domanda italiana delle imprese, attraverso un'offerta formativa altamente qualificata, di nuove ed elevate competenze tecniche per promuovere i processi di innovazione e trasferimento tecnologico, nella logica della Smart Specialization.

Gli ITS formano tecnici superiori in 6 aree tecnologiche strategiche per lo sviluppo economico e la competitività. Il percorso ITSCOSMO dedicato alla Calzatura classica è stato affidato al Politecnico Calzaturiero, storico istituto di formazione della Riviera del Brenta, dove si producono le scarpe più belle del mondo. Il percorso ITS dura 2 anni per un totale di 2000 ore di corso: 1400 ore per la formazione, 800 per il tirocinio in azienda. In questo percorso vi insegnano per la quasi totalità docenti provenienti dal mondo del lavoro e delle aziende della famosa Riviera del Brenta, dove si lavora per i brand internazionali più famosi. Inoltre, gli studenti che frequentano ottengono Crediti Formativi (CFU) spendibili in ogni Università.

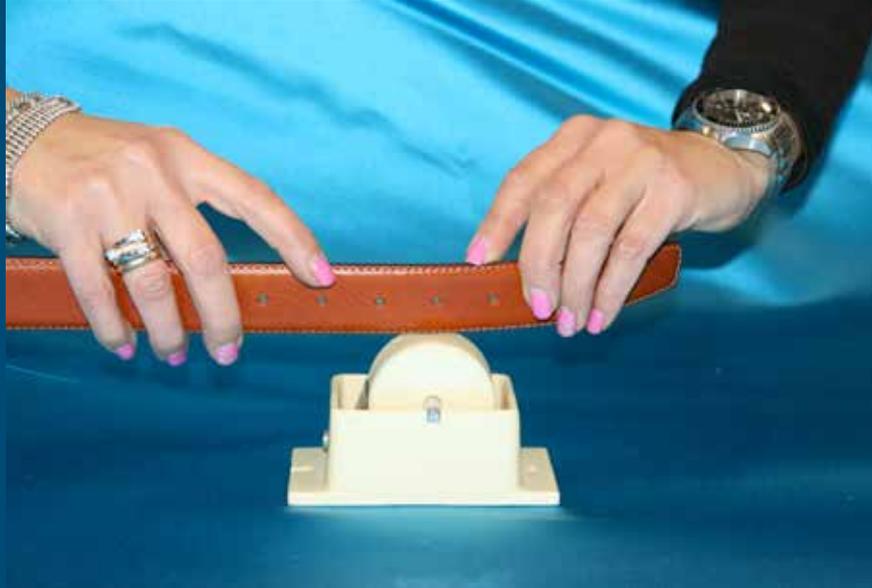
“In questi anni molto spesso gli imprenditori del distretto hanno evidenziato la necessità di disporre di personale altamente qualificato e specializzato - afferma l'ad del Politecnico Calzaturiero, Stefano Miotto. Il nostro settore richiede lavorazioni sempre più specifiche e complesse e pertanto, anche i tempi necessari per formare personale competente si stanno progressivamente allungando. Per questo motivo il Politecnico ha da alcuni anni aderito all'ITS COSMO”.

Si tratta di un progetto volto a offrire a giovani diplomati un percorso di un biennio di specializzazione per formare esperti nel coordinamento dei processi di progettazione e produzione prodotto calzatura.

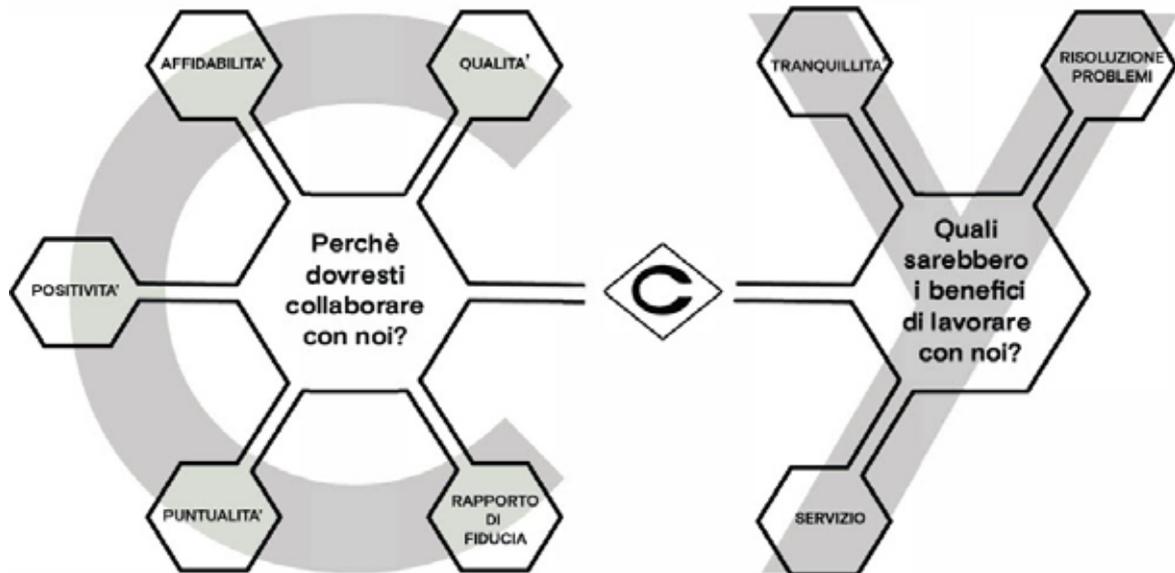
“Il percorso, riconosciuto a livello nazionale ed europeo, ha una struttura mista che affianca alle ore di formazione lo stage in azienda - conclude Miotto -. Abbiamo bisogno delle imprese per capire i bisogni formativi di cui necessita il mercato del lavoro e le imprese hanno bisogno di noi per individuare e formare i giovani lavoratori del domani”.

MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua

NOVITA'



In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334



CHIAMA ORA PER UNA PROVA GRATUITA

CY CALZATURE

La prima nel settore del lusso che parte dalla pelle fino alla tomaia finita.

I NOSTRI SERVIZI

Taglio, cambratura, timbro, crono, orlatura, applicazione accessori, tinta a cera, fasciatura fondi, applicazione monoblocco.

TEL +39 3441095611

INFO@CYCALZATURE.COM

Via VIII Strada, 12 Fossò

30030 (VE)

WWW.CYCALZATURE.COM



I COLORI BENETTON SBARCANO A PRINTEMPS, IL TEMPIO DELLA MODA A PARIGI



Dopo la collaborazione con il partner londinese Selfridges, storico indirizzo dello shopping internazionale, anche il tempio della moda parigina, Printemps, sceglie le collezioni United Colors of Benetton. Al terzo piano del department store situato nel cuore di Parigi, in Boulevard Haussmann, Benetton Group ha inaugurato il nuovo spazio United Colors of Benetton, interamente dedicato alla donna.

Il corner all'interno della prestigiosa location ospiterà i capi della collezione Autunno-Inverno 2019/2020 firmata da Jean-Charles de Castelbajac, direttore artistico del marchio da ottobre 2018. Una celebrazione del DNA del brand in cui l'energia del colore, la maglieria italiana, la fantasia dei dettagli e lo spirito chic-sportivo si mescolano per dare vita a un universo pop e contemporaneo. Lo spazio Benetton all'interno di Printemps, che

copre una superficie di 200 metri quadrati, si divide in due aree: una è dedicata alle collezioni premium, l'altra ospita i prodotti in maglieria che danno vita a un grande teatro del colore.

Le due aree sono collegate tramite fili di colore che richiamano il "punto maglia" distintivo del logo United Colors of Benetton, posizionato all'entrata dell'area Benetton. I prolungamenti di filo colorato si irradiano nello spazio, prendendo varie forme e direzioni: da barre appendiabiti per esporre la collezione diventano percorsi multicolore che conducono ai capi Benetton esposti nel "Color Theatre", dove si celebra l'iconica linea dei prodotti in maglia.

Lo spazio è stato progettato per creare un'esperienza unica e coinvolgente: intorno al "Color Theatre" si sviluppano infatti aree relax circolari per permettere ai clienti di ammirare la collezione maglieria e godere di uno spazio

innovativo e originale.

L'ingresso di United Colors of Benetton nel mondo dei department store segna un passo strategico per il riposizionamento del brand, in particolare in grandi città, come Parigi e Londra, poli della moda globale che dettano la rotta delle tendenze e sono crocevia per i mercati internazionali.

Oggi Benetton conta una presenza commerciale all'interno dei più prestigiosi mall internazionali: Selfridges a Londra, Arnotts a Dublino, De Bijenkorf in Olanda e Printemps a Parigi dove, oltre al segmento donna, il 25 agosto ha aperto uno spazio pop up dedicato all'uomo e, successivamente, un corner stabile dalla Primavera Estate 2020. Grazie all'inconfondibile stile Benetton, lo shopping nei department store diventerà così un'esperienza unica a cui consumatori e trend-setter guarderanno come fonte di ispirazione per trovare nuove proposte esclusive.





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



MUSICA ED EMOZIONI A MIRANO CON I CAVALIERI DELL'ORDINE AL MERITO DELLA REPUBBLICA ITALIANA DELLA RIVIERA DEL BRENTA



di **Diego Mazzetto**

È stata una serata di musica ed emozioni quella che si è svolta lo scorso 6 ottobre presso il teatro di villa Belvedere a Mirano. Organizzata dall'Associazione Cavalieri dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana, la serata ha visto protagonisti il gruppo Musicisti di Vo' che si sono esibiti in un concerto di musiche contemporanee. Particolare emozione ha suscitato nel numeroso pubblico l'esecuzione del noto brano "La vita è bella", colonna sonora del film di Roberto Benigni ispirato al dramma della Shoah. Chiamato al microfono per un saluto, l'architetto Antonio Draghi – addetto alla cultura per il sodalizio – ha posto l'accento sulla necessità di trarre insegnamento dall'immane tragedia che questo

film, e di riflesso la sua colonna sonora, hanno la capacità di evocare. Draghi ha poi ricordato che proprio il paese di Vo', che si trova sui Colli Euganei, ha stretti legami di memoria con l'Olocausto per la presenza, nella villa Contarini Giovannelli posta nel suo territorio, di un campo di concentramento allestito durante il periodo delle leggi razziali. Quasi cinquanta persone di religione ebraica vi furono allora imprigionate, tra cui numerosi bambini, poi inviate al campo di sterminio di Auschwitz da dove pochissime fecero ritorno. "Ascoltare l'esecuzione di questo toccante brano da un'orchestra di soli fiati composta in gran parte da ragazzi giovani – ha sottolineato Antonio Draghi – ha un grande valore e crea un'immensa emozione e commozione". I sentimenti espressi da Draghi sono stati condivisi dal Presidente dell'Associazione Cavalieri dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana

della Riviera del Brenta Pasquale di Gennaro, sempre attento e carismatico nel suo ruolo. Presenti, tra il pubblico, numerosi rappresentanti delle forze dell'Ordine e Istituzionali e i Sindaci di Mirano e Santa Maria di Sala. Nato nel 2005 per volontà del maestro Eugenio Pegoraro e dell'Amministrazione Comunale di allora, il gruppo Musicisti di Vo' ha raggiunto in pochi anni un importante livello di esecuzione, riscontrando forte apprezzamento da parte del pubblico. Nel settembre 2012 vi fu una svolta di grande rilievo con l'affidamento della direzione del gruppo al maestro Luca Giacomini. Il fine del gruppo di musicisti padovano è quello di creare un punto d'incontro per persone di qualsiasi età, unite dalla passione per la musica e pronte a mettersi in gioco per emozionarsi ed emozionare il pubblico. Il repertorio si indirizza verso una chiave di lettura più moderna di orchestra di fiati, discostandosi dal concetto tipico di "banda musicale", comprendendo brani dei grandi compositori classici, colonne sonore e pezzi moderni scritti appositamente per questo tipo di formazione. Nel 2016 è formalmente nata l'associazione culturale Gruppo Musicisti di Vo' i cui fini associativi sono lo studio, la pratica, l'approfondimento e la diffusione della musica. Inoltre, con grande spirito di passione e dedizione, l'Associazione organizza, in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Vo', corsi di musica di strumenti a fiato aperti ad aspiranti musicisti di tutte le età.

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

AD ANDREA TARABBIA LA 57[^] EDIZIONE DEL PREMIO CAMPIELLO



di Diego Mazzetto

Con il romanzo *Madrigale senza suono* (Bollati Boringhieri), lo scrittore Andrea Tarabbia ha vinto la 57[^] edizione del Premio Campiello, concorso di narrativa italiana contemporanea organizzato dalla Fondazione Il Campiello - Confindustria Veneto. Il libro vincitore, annunciato sul palco del teatro La Fenice di Venezia lo scorso 14 settembre, ha ottenuto settantatré voti sui 277 inviati dalla Giuria dei Trecento Lettori Anonimi.

Al secondo posto si è classificato Giulio Cavalli, *Carnaio* (Fandango Libri) con sessanta voti, al terzo Paolo Colagrande, *La vita dispari* (Einaudi) con cinquantaquattro voti, al quarto Laura Pariani, *Il gioco di Santa Oca* (La Nave di Teseo) con cinquantadue e al quinto posto Francesco Pecoraro, *Lo stradone* (Ponte alle Grazie) con trentotto voti.

A termine della serata Andrea Tarabbia ha dichiarato: *“Sono estremamente emozionato e soddisfatto. Dedico la vittoria a mio figlio, a mia moglie e alla bimba che stiamo aspettando. Io*

sono stato due volte nella cinquina finalista del Campiello, e in questi anni ho conosciuto tante persone che sono diventate anche amici con i quali ancora ci sentiamo. Per me il Campiello è stato poter entrare nella testa di persone che non conoscevo e condividere con loro un percorso.”

La Giuria dei Trecento Lettori Anonimi della 57[^] edizione del Premio Campiello era così composta: 54,3% donne e 45,7% maschi, ventidue casalinghe, quarantasette imprenditori, novantatré lavoratori dipendenti, novantuno

Premio Campiello 2019



liberi professionisti e rappresentanti istituzionali, ventotto pensionati, diciannove studenti.

Durante la serata è stato inoltre annunciato il vincitore del riconoscimento "Il Campiello per San Patignano", Kidane Grianti con la motivazione letta dalla Co-Fondatrice della Fondazione San Patignano Letizia Moratti: «Attraverso una scrittura fluida, efficace e una notevole abilità nel giocare con le immagini, è narrata una struggente vicenda di forzata separazione: una madre che, ritrovando se stessa, può tornare di nuovo a stringere la parte più importante di sé».

Si tratta di un'iniziativa che ha coinvolto i ragazzi della Comunità di San Patignano nella scrittura di un racconto a tema libero che è stato valutato dalla Giuria del Campiello Giovani. Il vincitore è stato scelto dalla Giuria dei Letterati del Premio Campiello. Il "Campiello per San Patignano" nasce dalla volontà di creare un progetto condiviso per diffondere - tramite il Premio Campiello - i valori che sono coltivati nella Comunità.

Nel complimentarsi con il vincitore, Matteo Zoppas, Presidente della Fondazione Il Campiello e Confindustria Veneto, ha dichiarato: «Faccio i miei più sinceri complimenti ad Andrea Tarabba, che di diritto questa sera entra a far parte della famiglia del Campiello. Un riconoscimento che

da anni è punto di riferimento nel panorama culturale italiano per lettori e scrittori, e contribuisce oggi al processo di definizione dei trend letterari di domani. Un premio che si distingue per la sua autorevolezza, conquistata grazie anche all'impegno di noi imprenditori, lo stesso impegno che ogni giorno mettiamo nel creare valore e valori per il nostro Paese. Quest'anno, con spirito di inclusività, che ci appartiene, è iniziato un percorso comune con un altro patrimonio italiano: la Comunità di San Patignano. Vogliamo essere il megafono che permette a questi "ragazzi" con i loro racconti, di portare fuori dalla comunità i loro valori, ma soprattutto di trasmettere il vero messaggio di speranza di chi sa andare oltre le difficoltà, anche grazie alla passione per la scrittura e la lettura».

La finale è stata condotta da Andrea Delogu. Tra momenti d'intrattenimento e approfondimento culturale, la conduttrice ha dialogato con i cinque finalisti e seguito con loro le fasi delle votazioni.

Durante la cerimonia sono stati premiati anche i vincitori degli altri riconoscimenti previsti dalla Fondazione Il Campiello: il vincitore della 24^a edizione del Campiello Giovani, Matteo Porru con il racconto "Talismani", l'Opera Prima, assegnata a Marco Lupo per il romanzo

Hamburg (Il Saggiatore), il Premio Fondazione Il Campiello, il riconoscimento alla carriera attribuito quest'anno a Isabella Bossi Fedrigotti. Il Presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati, intervenuta alla cerimonia, ha affermato: «Esprimo rinnovata stima agli industriali veneti che quasi sessanta anni fa capirono, con una straordinaria intuizione, che la cultura doveva essere parte integrante del percorso di benessere e sviluppo sul quale l'Italia si era avviata. Come pionieri scelsero di investire su di essa dando vita al Premio Campiello che stasera abbiamo celebrato. Oggi possiamo dire che quella scommessa è stata ampiamente vinta».

Ha assistito alla serata un parterre di circa mille invitati tra ospiti istituzionali, rappresentanti del mondo imprenditoriale, della cultura e delle case editrici.

Tra gli ospiti: Vincenzo Boccia (Presidente di Confindustria), Vittorio Zappalorto (Prefetto di Venezia), Luigi Brugnaro (Sindaco di Venezia), Emma Marcegaglia (Presidente ENI), Giuliana Benetton, Rossella Benetton, Letizia Moratti, Luigino Rossi, Gaetano Marzotto, Vittorio Brumotti, Vittorio Sgarbi.

Una platea di invitati anche di respiro internazionale: erano infatti presenti lo chef Michele Grendene con la moglie Leticia Herrera



e il finanziere Carmine Villani. Per il mondo dell'editoria: Domenico Procacci (Presidente di Fandango), Stefano Mauri (Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo GeMS), Mario Andreose (Presidente de La Nave di Teseo), Elisabetta Sgarbi (Direttore Generale Editoriale de La Nave di Teseo), Piergaetano Marchetti (Vice Presidente de La Nave di Teseo), Franco Ernesto (Direttore generale editoriale Einaudi), Luca De Michelis (Amministratore Delegato di Marsilio Editore), Luca Formenton Macola (Presidente Il Saggiatore).

I premi per i finalisti del Premio Campiello e dell'Opera Prima sono stati realizzati da Salviati, che dal 1859 è tra le fornaci di eccellenza che operano nel vetro di Murano. Il premio in vetro per il vincitore del Campiello Giovani è stato realizzato dalla Scuola del Vetro Abate Zanetti. Le calzature indossate dalle hostess sono state disegnate dall'azienda Rossi Moda. Il materiale di comunicazione è stato realizzato da Grafiche

Antiga grazie alla creatività di Studio Lanza. L'omaggio dei cinque libri finalisti è stato reso possibile grazie alla collaborazione di UCIMU e al packaging di Printmateria che ha realizzato tutti gli allestimenti dei diversi appuntamenti. La Cerimonia di Premiazione del Campiello è stata trasmessa in diretta televisiva su Rai 5; e trasmessa in tutto il mondo attraverso Rai Italia, il canale Rai che si rivolge a decine di migliaia di spettatori in tutto il continente.

Il Premio Campiello si è reso attivo anche sui social network. È stato infatti possibile seguire la serata finale dalle ore 21 in diretta streaming sulla pagina Facebook ufficiale www.facebook.com/PremioCampiello e il live tweeting sull'account ufficiale [@PremioCampiello](https://twitter.com/PremioCampiello) seguendo [#Campiello2019](https://twitter.com/hashtag/Campiello2019).

Il Premio Campiello, istituito nel 1962 dagli Industriali del Veneto, è promosso e gestito dalla Fondazione Il Campiello, composta dalle Associazioni Industriali del Veneto e dalla loro Federazione regionale. È uno dei pochi casi

di successo in Italia di connessione concreta e strategica tra mondo dell'impresa e della cultura, accreditandosi come una delle più importanti competizioni letterarie italiane.

La 57^a edizione del Premio Campiello è stata realizzata grazie al sostegno di Intesa Sanpaolo, Eni, Umana, Fincantieri, Cattolica Assicurazioni, Gruppo Save, Danieli Officine Meccaniche SPA, Unioncamere Veneto, Alperia Sum, Veronafiere, Anthea, Somec, Seingim, Sidi, Texa, I Bibanesi, Treccani, Confindustria Udine, Coca-Cola HBC Italia e con la collaborazione di MUVE, Grafiche Antiga, T Fondaco dei Tedeschi, Consorzio di Tutela del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene DOCG, Scuola del Vetro Abate Zanetti, Salviati, Rossi Moda, Print Materia, Cenacolo Artom. Community Group Corporate Communication, Rai Main Media Partner, Rai Cultura Media Partner. Il Premio è stato patrocinato dalla Regione Veneto.

RIPARATORE PER CAMOSCIO

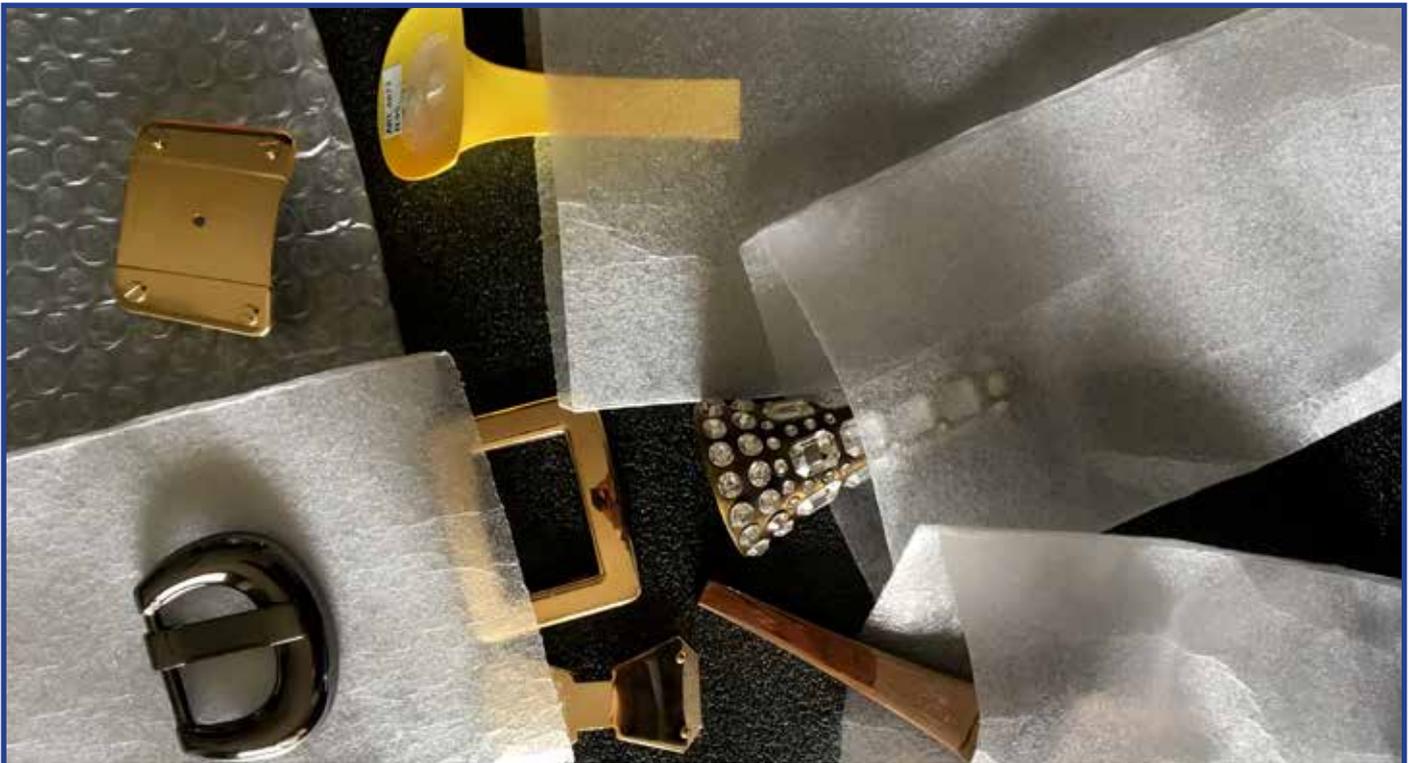


In vendita esclusiva da Lovato Federico
tel. 041 466334 lovatofed@virgilio.it

MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



Per informazioni www.lovatoforniture.it



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



NASTROTEX

CUFRA SPA

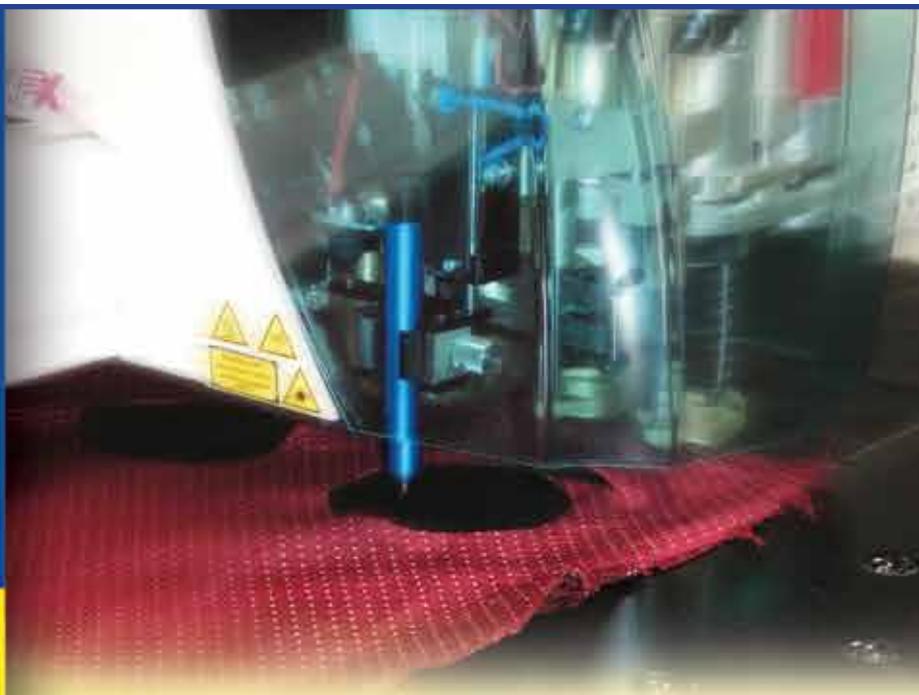


TRANCERIA

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



Da più di 50 anni
continuamo ad essere
punto di riferimento
produttivo e creativo

bespoke packaging manufacturer
from 1969



Il marchio della
gestione forestale
responsabile

Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Saonara (PD)
www.scatoleduegi.it | Tel. +39 049 640366 | info@scatoleduegi.it

UNI EN ISO 9001:2015



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO

SUDAFRICA

UN'ECONOMIA DINAMICA CON ASPETTI DI FRAGILITÀ

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



Il Sudafrica, secondo i dati del 2017, è la seconda economia dell'Africa dopo la Nigeria e la trentaduesima economia mondiale. Il Sudafrica è considerato dagli analisti un Paese emergente, cioè caratterizzato da un'economia con tassi di crescita sostenuti, ma ancora senza la solidità delle principali economie mondiali. Dal 2010 il Sudafrica viene accostato al Brasile, alla Russia, all'India e alla Cina, con gli analisti che si riferiscono a queste cinque economie con la sigla BRICS (dalle lettere iniziali di ciascun Paese). Quando nel 2010 per la prima volta il Sudafrica è stato inserito in questo ristretto club di economie emergenti, in molti si sono chiesti come mai sia stato scelto proprio il Sudafrica e non altri Paesi con economie in crescita come per esempio il Messico, la Corea del Sud o la Turchia (colpita poi da una profonda monetaria che ha causato una forte svalutazione della lira turca). L'andamento dell'economia sudafricana gioca però a favore della sua inclusione nei BRICS perché, nonostante la battuta d'arresto

a causa della crisi globale iniziata nel 2008 e le profonde differenze con le economie della Cina e dell'India, quella sudafricana rimane molto dinamica e mostra una crescita impressionante nel lungo periodo (dagli anni '60 al 2017 l'economia è cresciuta di 50 volte, trainata in gran parte dal settore minerario).

In sostanza, tralasciando le variazioni di breve periodo, il Sudafrica ha un'economia dinamica che ha le potenzialità per fare il definitivo salto di qualità, e questo ha permesso il suo inserimento nei BRICS e nel G20. D'altro canto, come tutte le economie in forte sviluppo, l'economia sudafricana presenta anche molti aspetti di fragilità che la espongono a improvvise turbolenze.

In particolare, nel caso del Sudafrica si possono evidenziare due fragilità: da un lato abbiamo infatti l'instabilità politica, che più volte si è manifestata negli ultimi anni. Come accade in questi casi, l'economia risente dell'incertezza sulle possibili politiche economiche e monetarie

messe in atto dal Governo, sulle politiche commerciali e sull'ordinamento giuridico del Paese: in mancanza di chiarezza sugli indirizzi generali del Governo, gli investitori esteri rimangono più prudenti, l'afflusso di capitali e investimenti proveniente dall'esterno diminuisce e l'economia inevitabilmente ne risente sia in termini di quantità che di qualità. Dall'altro lato c'è un secondo fattore, questa volta legato indissolubilmente al primo: la crescita dell'economia sudafricana dipende in larga misura dagli investimenti e dai capitali esteri, necessari per finanziare le politiche economiche, fiscali, industriali e commerciali.

La struttura economica sudafricana non è infatti ancora matura, cioè il Paese non è autosufficiente e in grado di trovare al suo interno le risorse per finanziare completamente tali politiche e la propria crescita: da qui il ricorso massiccio ai capitali esteri. La dipendenza dai capitali esteri rende però l'economia più esposta



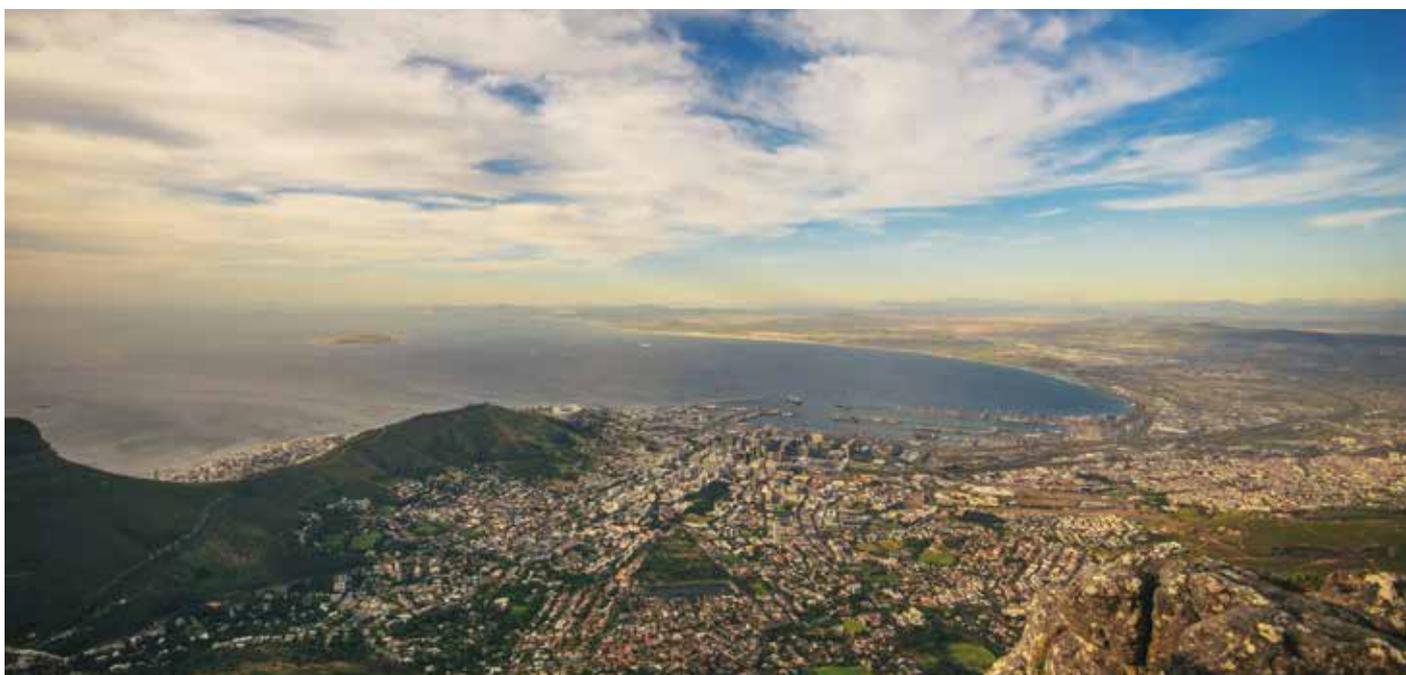
a fattori macroeconomici esterni come i tassi d'interesse e il prezzo delle materie prime. In particolare, i capitali esteri finanziano la crescita dell'economia attraverso l'acquisto dei titoli di Stato sudafricani, spesso emessi, come nel caso di altri Paesi emergenti, in valuta estera (soprattutto dollari USA). Ma cosa succede in questi casi se per esempio la Fed (la Banca Centrale USA) alza i tassi di interesse e se gli Stati Uniti mettono in atto politiche commerciali aggressive? Il dollaro USA si rafforza, il rand sudafricano si indebolisce e automaticamente per il Sudafrica diventa più oneroso ripagare i debiti contratti in dollari perché a ogni scadenza dei titoli di Stato, il Sudafrica deve acquistare i dollari necessari per ripagare il proprio debito, il costo dei dollari è aumentato. Allo stesso tempo gli investitori ritirano parte dei capitali prima investiti nei mercati emergenti per spostarsi sui titoli di Stato USA. Per comprendere quale maggior costo debba sostenere il Sudafrica a causa del rafforzamento del dollaro USA, si

consideri che a metà 2018 erano necessari circa 11,5 rand sudafricani per acquistare un dollaro USA; a fine agosto 2019 erano invece necessari circa 15,30 rand per acquistare un dollaro USA (+34%).

I principali indicatori macroeconomici fotografano quindi una situazione dell'economia sudafricana con luci e ombre, a partire dal Pil che dopo l'inizio della crisi mondiale del 2008-2009 si è prima attestato a tassi di crescita annui intorno al 2% (in discesa rispetto al 5-6% degli anni precedenti), per poi scendere ulteriormente all'1,5% nel periodo 2014-2015 e infine per attestarsi attorno tra +0,5% e +1,3% nel periodo 2016-2018. In particolare, nel 2018 la crescita economica sudafricana è stata inferiore all'1%, mentre per il 2019 non si prevedono grossi miglioramenti. Incertezza politica e temporanei tagli alla fornitura di energia elettrica hanno avuto un impatto negativo sulla fiducia di imprese e consumatori e di riflesso anche sulla crescita economica. Nel primo trimestre

del 2019 il Pil ha subito una contrazione del 3,2% su base trimestrale, il calo maggiore dalla crisi finanziaria mondiale del 2008. La performance e l'apporto al Pil sudafricano dei settori manifatturiero e minerario sono state pesantemente influenzate dai problemi legati alla fornitura di energia elettrica e da problemi specifici: l'industria manifatturiera ha risentito anche dell'inasprimento della regolamentazione del mercato del lavoro, mentre gli investimenti nel settore minerario si sono quasi interrotti a causa dei grandi scioperi e dei piani per aumentare la quota di capitale sociale delle aziende detenuta dagli investitori di colore.

I conti pubblici sono relativamente stabili e sotto controllo: il debito pubblico nel 2018 si è attestato al 59% del PIL, in rialzo rispetto al 52% del 2017 e al 46% medio del periodo 2012-2016. Meno bene invece l'inflazione e il tasso di disoccupazione. L'inflazione è infatti rimasta relativamente stabile nel periodo 2012-2018 attestandosi tra il 4,6% e il 6,6% annuo;



il dato in sé non è pessimo, ma considerando che l'economia cresce a ritmi molto più bassi (meno della metà), significa che il potere d'acquisto della moneta diminuisce. Il tasso di disoccupazione è sempre stato alto in Sudafrica, ma le politiche economiche degli ultimi Governi non sono riuscite ad abbassarlo. Anzi, dal 2012 al 2018 è aumentato progressivamente, passando dal 24% del 2012 al 28,5% del 2018. Infine, la bilancia commerciale sudafricana dipende in maniera importante dalle

esportazioni di materie prime, quindi da un lato è molto vulnerabile alle variazioni dei prezzi e dei tassi di cambio e dall'altro lato è influenzata dal rallentamento dell'economia globale e in particolare da quella cinese. Il totale dell'interscambio commerciale del Sudafrica ha raggiunto i 150 miliardi di euro nel 2017 (+15% rispetto al 2016), composti da circa 79 miliardi di euro di esportazioni (+19%) e da circa 73 miliardi di euro di importazioni (+9%).

I principali Paesi acquirenti di prodotti e servizi

sudafricani nel 2017 sono stati la Cina (con circa 7,5 miliardi di euro di controvalore), gli Stati Uniti (5,8 miliardi di euro) e la Germania (5,6 miliardi di euro), con l'Italia in ventesima posizione (circa 900 milioni di euro di controvalore). I principali fornitori del Sudafrica sono ancora Cina (con circa 13,5 miliardi di euro di controvalore), Germania (8,5 miliardi di euro) e Stati Uniti (4,8 miliardi di euro), mentre l'Italia è in nona posizione (con circa 2 miliardi di euro di esportazioni verso il Sudafrica).



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

VILLA MOLIN DI PADOVA

di Diego Mazetto



Villa Molin è una villa veneta situata in località Mandria, nell'immediata periferia di Padova, progettata nel 1597 dall'architetto vicentino Vincenzo Scamozzi (1548 - 1616).

Considerato tra i più prestigiosi architetti del suo tempo, erede di Palladio, Scamozzi fu anche studioso e scenografo. Tra le sue opere maggiori a Venezia si ricordano le Procuratie Nuove di Piazza San Marco e la chiesa di S. Nicolò da Tolentino, oltre ad altre ville della terraferma note e meno note tra cui alcune oggetto di studi, anche recenti. Suo il famoso trattato *"Dell'idea di Architettura Universale"*, pubblicato a Venezia nel 1615.

Villa Molin è caratterizzata da una pianta centrale quadrata e ingentilita dall'elegante pronao con colonne ioniche che si affaccia sul canale di

Battaglia.

La planimetria della villa mostra una straordinaria coerenza geometrica, basata sul quadrato, che determina la forma sia della villa che della sala centrale. La struttura dei volumi è particolarmente nitida, articolata nel blocco principale, la copertura emergente dalla sala centrale e la loggia sul fiume. Quest'ultima è una vera e propria sala aperta, una sorta di belvedere da cui ammirare l'esterno, senza però che vi siano scale che consentano di scendere.

La villa affonda le sue origini nell'epoca feudale: sembra infatti che qui sorgesse il castello della Mandria eretto nel 905 da Gauslino Transalgardi sulle terre che la sua famiglia governava, in qualità di conti, sin dal





775. Nel 1183 l'imperatore Federico Barbarossa confermò i privilegi dei Transalgardi a una loro diramazione, i Forzatè Capodilista.

Nella seconda metà del XV secolo i Molin, patrizi veneziani, iniziarono ad acquistare proprietà alla Mandria dagli stessi Capodilista. Già nel 1550 essi dichiarano il possesso di una «*casa di muro e brolo per uso*».

Nel 1597 Nicolò Molin, all'apice della sua carriera come ambasciatore della Repubblica di Venezia, affidò all'architetto Vincenzo Scamozzi, il progetto di una residenza di campagna degna della sua famiglia. Le esigenze di lavoro e di rappresentanza della famiglia Molin richiedevano una villa che dominasse il paesaggio e fosse in stretto contatto con il fiume.

Dai Molin, successivamente la dimora passò ad altri proprietari, tra cui le famiglie Capodilista e Conti.

Dopo il 1812 la villa pervenne a Paolina Drusilia in Vettor Pisani Moretta, successivamente alle famiglie Pisani, Vanni e Dondi dall'Orologio. A questi si deve un restauro che risistema un bene ormai degradato. Nei primi anni novanta dell'Ottocento si sottopongono a restauro conservativo la copertura, la volta centrale affrescata e le pertinenze esterne quali intonaci a marmorino, lapidei e statuarie.

Un annesso passò invece alla famiglia Giusti del Giardino che lo trasformò

nell'odierna villa Giusti. Fu qui che, il 3 novembre 1918, fu firmato il noto armistizio di Villa Giusti dopo alcuni giorni di negoziati tenuti proprio a villa Molin.

Nel 1955 la storica dimora fu acquistata dall'imprenditore Iginio Kofler, al quale si devono nuovi lavori di restauro.

L'edificio rispetta perfettamente (eccetto la posizione delle scale, aggiunte nell'Ottocento), il progetto rappresentato da Scamozzi nel suo trattato. La nitida struttura dei volumi (corpo di fabbrica, loggia e copertura emergente della sala centrale), sono elementi caratterizzanti della villa.

Il salone centrale presenta tradizionali elementi rinascimentali, come le finestre incorniciate da serliane al primo piano, il ripetersi di figure geometriche regolari sia in pianta che in alzato.

L'architetto britannico Inigo Jones, nel suo viaggio in Italia del 1613-1614, visitò villa Molin con molto interesse. Ancora se ne rammentava nel 1636 quando in una nota ai Quattro Libri di Palladio, discuteva il rapporto fra colonne su piedistallo e balaustate. Egli dichiara, infatti, di prendere spunto da villa Molin per le colonne corinzie poggianti sul pavimento della loggia, senza piedistallo "come ho fatto a Greenwich, nella loggia verso il parco, e come ho visto a Ponte della Cagnia vicino a Padova in una



villa del Clarissimo Molin". Questa soluzione fu praticata anche in molte fabbriche "palladiane" dell'Inghilterra fra XVII e XVIII (per rimanere ad alcuni esempi riportati nel Vitruvius Britannicus: da Gunnesbury House e Amesbury House fino a Wanstead di Colin Campbell), poiché permette di alzare una loggia all'antica sopra un pianterreno di buone dimensioni come richiedevano le moderne esigenze inglesi.

Per quanto riguarda la complessa decorazione pittorica del piano nobile della villa, essa si adegua all'impostazione dell'edificio seguendo la classica sovrapposizione degli ordini nelle colonne dipinte e negli altri elementi architettonici inseriti.

Il restauro di Kofler riportò alla luce gli affreschi originali, eliminando alcuni decori ottocenteschi non coerenti con la struttura e l'originale visione della villa.

Gli affreschi sono attribuiti a Pietro Antonio Cerva (1640-1683 circa).

Nel salone centrale virtuali architetture, dipinte in prospettiva, ricoprono per intero le pareti e la volta, creando un insieme di grandiosità che ricorda le aule termali romane studiate in gioventù da Scamozzi. Una reale balaustra lignea, dipinta a imitazione del marmo, individua i diversi piani e abbraccia tutto lo spazio. Al di sotto di questa scanalata lesene doriche inquadrano gli archi d'accesso. La policromia accentua la varietà e l'illusione di profondità degli spazi. Sopra la balaustra, le architetture virtuali propongono colonne ioniche di marmorino verde con capitelli e basi dorate. Nicchie e cammei ovali in monocromo violetto abbracciano e sovrastano le quattro porte centrali. Vi si narrano episodi della vita di Enea, il più valoroso dei Troiani dopo Ettore.

Al di sopra delle otto porte angolari, finti cassettonati e vasi di fiori, contribuiscono ad accentuare la dimensione prospettica di tutto l'impianto quadraturistico. La volta si innalza da un lineare cornicione dipinto; negli angoli, colonne corinzie di marmo rosso delimitano balaustre da cui si affacciano musicisti e altre persone. Gli stemmi delle famiglie Capodilista e Conti sono sui quattro angoli.

Nelle quattro vele sono raffigurati quattro putti che rappresentano le stagioni, segno del passare del tempo e tema frequente delle raffigurazioni nelle ville venete.

Nel riquadro al centro sono raffigurati Aurora e Titone, sotto lo sguardo di Diana e di due amorini. Aurora si innamorò dell'eroe troiano Titone, ma si dimenticò di chiedere per lui l'eterna giovinezza. Alla fine, ridotto a sola voce lo trasformò in cicala.

Nei quattro vestiboli voltati a botte, le sovrapposte sono ornate da cartigli con vedute di ville della famiglia Capodilista, compresa Villa Molin.

Oltre ad essere un ampliamento della superficie del salone, i vestiboli, che formano con l'aula la croce greca, servono per dividere in gruppi distinti le stanze padronali e i salottini razionalmente disposti. Ne risultano quattro appartamenti distinti per i quali il salone è il luogo comune di rappresentanza e di ritrovo, ideale vastissimo e fresco soggiorno estivo, riparato ed elegantemente decorato.

Gli affreschi creano un prolungamento del salone utilizzando gli stessi colori, luminosi e dorati movimentando il ricco telaio architettonico e prospettico.

Fanno da originale contrasto i leggeri e delicati stucchi, realizzati nel tardo Settecento dalla famiglia Capodilista, che decorano con volute, tralci e camei le camere e i salottini.

Tenuta con grande cura e attenzione dagli attuali proprietari, villa Molin è tornata da un anno a rivivere gli splendori di un tempo legati all'ospitalità. Luogo ideale per feste e ricevimenti, la villa si presta anche all'organizzazione di meeting aziendali e convegni.

Senza poi dimenticare le frequenti visite guidate agli studiosi, ai turisti e alle scolaresche organizzate con grande frequenza.

Tutto ciò per una villa veneta non è poco: farla vivere e conoscere significa mantenerla in buono stato e recuperarne l'antica funzione. Un vero esempio da sottolineare e meritevole di elogio, in una regione, come il Veneto, costellata da splendide dimore storiche.

*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@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

Busisess Shoess declina ogni responsabilità per la veridicità o l'esattezza degli annunci pubblicati business.shoes@libero.it

Vendo macchina per scarnire le pelle usata funzionante, info Federico Tel. 335 7079070

Ditta zona Riviera del Brenta cerca personale info Alessia Tel. 329 0380531

Ditta di Padova cerca addetto alla gestione del personale Tel. 351 8213880

Ditta calzaturiera della Riviera del Brenta cerca personale Tel. 347 5947371

Ragazza 38enne cerca lavoro nel settore calzaturiero zona Riviera del Brenta come impiegata amministrativa Tel. 329 4244893

Signora di 34 anni zona Riviera del Brenta disponibile per varie lavorazioni calzaturiere Tel. 041 3125216

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)

Pelletteria della Riviera del Brenta cerca lavoratori a domicilio Tel. 333 5222906

Ditta disponibile nell'applicare strass e borchie termoadesive, campionature personalizzate. Tel. 335 7079070

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

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

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

Calzaturificio della Riviera del Brenta cerca addetto al montaggio Tel. 041 4165425

Calzaturificio di S. Angelo di Piove (Pd) cerca personale per finissaggio Tel. 0479 5846098

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

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. 348 5253999



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.

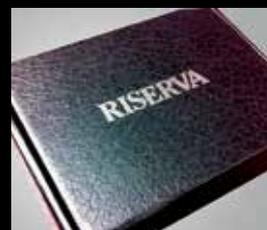


DAVVERO COSÌ IMPORTANTE?

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