



# BUSINESS shoes

LUGLIO | AGOSTO  
DUEMILA 19

[www.businessshoes.it](http://www.businessshoes.it)

*magazine*

RIVISTA DI INFORMAZIONI E SERVIZI DEL SETTORE CALZATURIERO E PELLETERIA



**SIRO BADON** AI VERTICI  
DI ASSOCALZATURIFICI



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

## CALZATURA ITALIANA, PERMANGONO LE DIFFICOLTÀ ANCHE NEL 2019

Il perdurare delle difficoltà su diversi importanti mercati esteri e l'ormai cronica stagnazione nei consumi delle famiglie italiane, hanno determinato nella seconda parte del 2018 un netto rallentamento nei livelli produttivi.

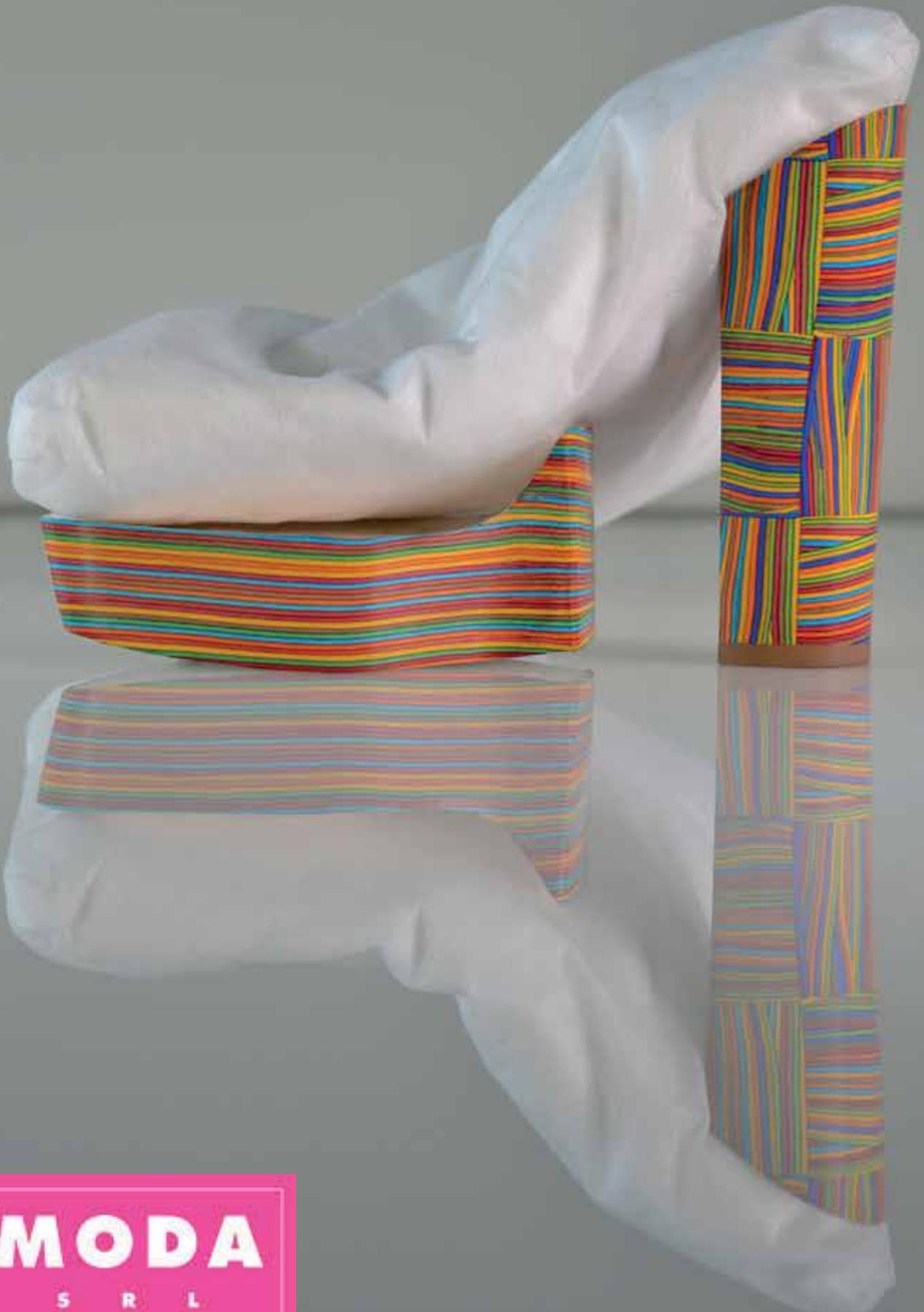
Il 2019 si è aperto all'insegna della cautela per la calzatura Made in Italy: il calo nel portafoglio ordini dell'ultimo trimestre dello scorso anno prefigura il protrarsi, nei livelli produttivi, della fase poco premiante sperimentata in chiusura 2018, come confermano le indicazioni degli operatori interpellati circa l'evoluzione attesa nei prossimi mesi.

Nel primo trimestre del 2019, sono state esportate 61,7 milioni di paia di scarpe Made in Italy per un totale di 2,67 miliardi di euro: in valore economico si registra una crescita del 6,1% rispetto allo stesso periodo del 2018, mentre in volume c'è una flessione dell'1,2% (avendo venduto all'estero) circa 750 mila paia di scarpe in meno. Il saldo commerciale, sempre nel primo trimestre 2019, è di +1.84 milioni di euro con una variazione positiva del 10,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il fatturato del Distretto Calzaturiero della Riviera del Brenta nel 2018 ha sfiorato i 2,1 miliardi di euro (2.086,57 milioni di euro), contribuendo complessivamente al 62,1% del fatturato del settore in Veneto e al 20,7% di quello nazionale.

In Riviera del Brenta il 2019 però non si è aperto bene. I dati del primo semestre del 2019 delineano un quadro decisamente diverso e non rasserenante per l'economia territoriale. Maggiore lentezza e crescenti difficoltà nella raccolta degli ordini per i modelli classici pelle e cuoio, segno distintivo e punto di forza per la stagione invernale, fanno da specchio a cambiamenti in estrema accelerazione. Tonalità fosche anche su fronte della cassa integrazione. In rapporto al primo semestre dello scorso anno, il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni, per quanto riguarda le ore, cresciute del 15,79%, così come il numero di lavoratori coinvolti (+ 19,10%) e di aziende (+ 23,08%).

“Nella seconda parte del 2019 la situazione potrebbe raggiungere livelli non trascurabili per l'impatto sull'intero territorio, che ha nell'industria calzaturiera la principale, se non l'unica, attività produttiva”, ricorda il presidente ACRiB Siro Badon.

Nicola Brillo



**MODA**  
S R L

MODAsrl Via Prov. Nord 114 - Fossò (Ve) Tel. 041466555 [www.modasrl.it](http://www.modasrl.it)



# SOMMARIO

N. 29 ANNO VII - Bimestrale  
luglio - agosto 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](http://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 Calzatura italiana, permangono le difficoltà anche nel 2019
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** Sostenibilità, formazione e internazionalizzazione SIRO BADON, nuovo presidente di ASSOCALZATURIFICI
- 12** INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA, chiuso con difficoltà il 2018
- 14** ABBIAMO IL CORAGGIO DI CAMBIARE? la riflessione del presidente SIRO BADON all'ASSEMBLEA ACRiB
- 16** EXPO RIVA SCHUH, successo per l'hub di BUSINESS E MODA PER CALZATURE
- 20** INAUGURATA a Stra LA SUPERBA: polo culturale e creativo NEL CUORE DELLA RIVIERA DEL BRENTA
- 24** Il PREMIO CAMPIELLO a San Patrignano e il cordoglio per la scomparsa di ANDREA CAMILLERI
- 28** FLESSIBILITÀ, SERVIZIO e TRADIZIONE nel dna del CALZATURIFICIO PERON di Camponogara
- 30** LEOPOLDO TROLESE nuovo presidente del CLUB ROTARY VENEZIA - RIVIERA DEL BRENTA
- 34** BRASILE difficile uscita dalla recessione
- 38** APPUNTAMENTO CON LA STORIA  
abiti, tessuti e antichi dipinti nella mostra *i Fortuny: una storia di famiglia* visibile a Venezia
- 44** BUSINESS SHOES annunci

[www.businessshoes.it](http://www.businessshoes.it)





# ATLANTE BREVI DAL MONDO



## **ACCORDO UE-MERCOSUR: ABOLIZIONE DAZI PER IL CALZATURIERO**

Con una crescita costante per l'export calzaturiero italiano, il Mercosur può diventare uno sbocco di crescente interesse per le aziende italiane. È un'intesa importante per il settore calzaturiero del nostro Paese quella raggiunta lo scorso 28 giugno dall'Unione Europea e i Paesi del Mercosur (Brasile, Argentina, Uruguay e Paraguay) sul trattato commerciale che pone fine a vent'anni di negoziati. L'eliminazione dei dazi doganali sulle calzature, seppur prevista nell'arco di qualche anno, potrà infatti portare grandi benefici alle imprese calzaturiere italiane, che solo nell'ultimo anno hanno esportato nei quattro Paesi Mercosur 303.000 paia, per un valore di oltre 15 milioni e mezzo di Euro. Un mercato cresciuto negli ultimi 10 anni (2008-2018) del 58% rispetto alla quantità esportata e dell'85% rispetto al valore (Fonte: Centro Studi Confindustria Moda), benché siano ancora molto ampi i margini di crescita. Gli alti dazi all'importazione applicati da questi paesi, da diversi anni al 35% su tutte le tipologie di calzature, hanno impedito l'accesso al mercato alle nostre imprese, nonostante il forte richiamo del Made in Italy nei paesi sudamericani. "L'accordo commerciale con il Mercosur è un risultato estremamente positivo per il settore calzaturiero italiano, che da anni ne aveva fatto una sua priorità a Bruxelles", afferma il nuovo presidente di Assocalzaturifici, Siro Badon. Sul dossier hanno lavorato la Confederazione Europea della Calzatura, sotto la Presidenza di Cleto Sagripanti, e i precedenti presidenti di Assocalzaturifici, Vito Artioli, lo stesso Cleto Sagripanti e Annarita Pilotti.

## **ACRIB, FIRMATO IL CONTRATTO DI SECONDO LIVELLO**

Confindustria Venezia Rovigo, in rappresentanza delle aziende calzaturiere della Riviera del Brenta, ha firmato oggi insieme a Filctem Cgil, Femca Cisl e Uiltec Uil regionali e provinciali il contratto di secondo livello. L'accordo, dal carattere innovativo, prevede l'introduzione di flexible benefits sotto forma di buoni spesa, che consentiranno di soddisfare le esigenze sia dei dipendenti che delle imprese, con reciproco vantaggio. Nel corso degli incontri succedutisi in questi mesi, le Parti hanno analizzato in profondità il settore calzaturiero nel suo complesso. La globalizzazione del mercato richiede la necessità di investire, sempre più, sulla qualità del prodotto, mantenendo alta l'attenzione ai costi. Si prospetta, necessariamente, un aggiornamento del modello che ha caratterizzato, nel tempo, il sistema produttivo della Riviera del Brenta. In occasione dell'ultima assemblea il presidente di ACRiB Siro Badon aveva ribadito la necessità di modernizzare le relazioni sindacali e di riscrivere gli accordi puntando sull'introduzione di flexible benefit e sul contenimento – anche simbolico – del costo complessivo. Misure necessarie per dare reale supporto alle aziende e per consentire loro di mantenere elevata la competitività in un mercato sempre più globale



## IN UN LIBRO 11 "STORIE" DI IMPRESE CALZATURIERE ITALIANE

Primo produttore di calzature nell'Unione Europea e undicesimo per numero di paia nel mondo, l'Italia è un riferimento per il settore calzaturiero e molte delle sue imprese sono di natura familiare. A loro è dedicato l'ultimo libro della collana Università Cattaneo Libri di Guerini Next, "L'impresa calzaturiera di famiglia. Storie di una generazione che innova", curato da Valentina Lazzarotti (professore associato della Scuola di Ingegneria Industriale) e Federico Visconti ( Rettore della Liuc - Università Cattaneo). Il libro è un viaggio attraverso 11 casi di eccellenza del settore. Pmi collocate in varie zone d'Italia, che coprono tutti le fasi della filiera, dal formificio alla conceria, dai produttori di soles a quelli di tacchi. "Il volume - spiega Valentina Lazzarotti - nasce da un'iniziativa dell'associazione di categoria, Assocalzaturifici, che con questo studio ha voluto mettere in luce le eccellenze del comparto, analizzandone dinamiche e strategie. Da una parte c'è il tentativo di fronteggiare la crisi contenendo i costi anche attraverso l'automatizzazione dei processi, dall'altra la necessità di "restare artigiani", per garantire il bello del design italiano che rende queste aziende partner insostituibili per le grandi griffe di moda. In questo contesto, si inseriscono le dinamiche tipiche delle imprese familiari". A questo proposito, a guidare le scelte di innovazione dei giovani imprenditori, rispetto ai loro predecessori, ci sono cinque classi di obiettivi che la letteratura specialistica indica come tipici delle imprese familiari: controllo e influenza familiare sull'impresa, identificazione e senso di appartenenza, attenzione alla creazione di legami duraturi con i diversi stakeholder, attaccamento emozionale fra i membri della famiglia, desiderio di conservazione della dinastia familiare. Questi obiettivi assumono una connotazione particolare nei giovani intervistati e sono in grado di attivare alcune determinanti di innovazione, a loro volta generatrici di dimensioni di innovazione, osservabili come cambiamenti nel modo in cui l'innovazione stessa è organizzata o nei risultati che essa produce. Le imprese che si sono raccontate nel volume sono: Formificio STF, Conceria Sicerp, Suolificio Mannini Romano, Tacchificio Villa Cortese, Vittorio Virgili, Calzaturificio Gardenia, Missouri, Moda Di Fausto, Calzaturificio Brunate, Tedeschi Calzature, Loriblu.



ORAFI  
Artigiani Associati

PARTNERS  
idd  
INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

# SOSTENIBILITÀ, FORMAZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE **SIRO BADON**, NUOVO PRESIDENTE DI **ASSOCALZATURIFICI**



Crescente attenzione alla sostenibilità con campagne di comunicazione e azioni mirate, richiesta di defiscalizzazione per nuovi campionari e attività formative, istituzione di un comitato scientifico per il Micam.

L'Assemblea Generale di Assocalzaturifici, riunitasi a Milano in occasione delle Assise di Confindustria Moda, ha proclamato Siro Badon del Calzaturificio De Robert, Presidente di Assocalzaturifici per il quadriennio 2019-2023. Dopo 35 anni un nuovo esponente dell'ACRiB torna a rappresentare tutti i calzaturieri italiani.

Allora era stato Luigino Rossi, che grazie alle sue qualità diede una spinta all'internazionalizzazione dei marchi italiani.

Il neo presidente Badon ha tracciato alcune linee di programma che orienteranno il suo mandato: Made in Italy, innovazione del settore, sostenibilità del ciclo produttivo, attenzione al mondo delle fiere e dialogo con le istituzioni sono stati alcuni aspetti messi in risalto nel suo discorso.

Il discorso programmatico di Badon ha posto l'accento sull'innovazione, intesa sia come

ricerca & sviluppo del prodotto, sia come attenzione alla formazione e sulla necessità che le istituzioni intervengano per renderla effettiva grazie ad agevolazioni fiscali e azioni mirate.

La ricerca, in particolare, caratterizzata sia da nuove tecniche produttive sia da creatività e contenuti moda per la realizzazione di nuovi campionari, ha un ruolo strategico per il Made in Italy e deve essere soggetto a defiscalizzazione o ad agevolazioni fiscali.

Anche la formazione è strategica per prevenire la perdita di professionalità e la mancanza

di ricambio generazionale con competenze aggiornate. In questo senso l'Associazione vuole essere propulsore di politiche di trasferimento di specializzazioni tra i territori e rendere sempre più strette le relazioni con Università ed Istituti, gli istituti di Specializzazione Tecnica Post Diploma superiore.

Risorse regionali, richieste anche attraverso una forte azione di lobby a livello nazionale ed europeo, e una maggiore attenzione ai fondi interprofessionali saranno gli strumenti per rendere concreto l'intervento di Assocalzaturifici sul tema della professionalizzazione del settore. Padovano di nascita, nel 1976 Siro Badon entra nell'azienda di famiglia, il calzaturificio De Robert srl di Saonara, collaborando con il padre, fondatore dell'azienda nel 1955, e con il fratello Roberto nella gestione produttiva. In seguito, si è occupato della gestione amministrativa della società, di cui diventa Presidente nel 1986. Dagli anni '90 si concentra sull'area commerciale, portando l'azienda all'inserimento nel Nord Europa ed intraprendendo una serie di viaggi in

Asia, dove sigla importanti accordi commerciali in Giappone, Corea, Hong Kong e Taiwan.

Per il raggiungimento di questi obiettivi, che consolidano la De Robert sul piano internazionale, nel 2010 egli riceve il premio "Marco Polo" da Unioncamere del Veneto, quale riconoscimento all'importante internazionalizzazione realizzata da una PMI.

Tra gli incarichi istituzionali e cariche associative ricoperte, è stato componente del Consiglio Generale di Confindustria Venezia Rovigo, nel Consiglio Direttivo di NeaFidi, Confindustria Padova, Confindustria Veneto, Politecnico Calzaturiero e, a livello nazionale, Vice Presidente di Assocalzaturifici con delega alla Formazione per 8 anni.

Dal 2011 è Presidente del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta. Nello stesso anno all'unanimità è chiamato alla guida di A.C.Ri.B., divenendone il Presidente nel 50° di fondazione. Per assicurarne la continuità per altri 50 anni ha condotto ACRiB sul fondamentale percorso di integrazione di sistema con Confindustria

Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, per cui sta concludendo il mandato come Presidente ACRiB-Sezione Calzature.

Il nuovo presidente di Assocalzaturifici ha, inoltre, ribadito la volontà di rafforzare la rete di relazioni dell'associazione in Italia e di mettere in campo azioni mirate attraverso piani e progetti di ricerca e innovazione, anche nell'ambito della nuova programmazione UE 2021- 2027 in collaborazione con CEC (Confederazione Europea della Calzatura).

Badon ha ricordato come la sostenibilità sia una delle più grandi sfide del futuro vista la crescente sensibilità del consumatore su questo tema, ma anche la necessità per le imprese di risparmiare risorse, ridurre gli sprechi e ottimizzare l'approvvigionamento energetico.

Secondo il neo-presidente diventa per questo indispensabile predisporre un piano strategico, in cui, all'interno di Assocalzaturifici, avranno un ruolo fondamentale Cimac, la Ricerca & Sviluppo e la Formazione, per contribuire al contenimento dell'impatto ambientale ed incrementare





l'economia circolare nel settore moda. Inoltre, l'associazione sarà attiva con una campagna di comunicazione veicolata anche attraverso manifestazioni fieristiche internazionali.

Nell'ambito della certificazione delle produzioni, Badon ha ribadito, in particolare, il ruolo del Cimac come uno degli asset portanti in tema di qualità delle produzioni e ha osservato come esso vada potenziato anche attraverso collaborazioni trasversali nel settore moda per costruire un network ancora più efficace di sinergie e servizi alle imprese.

Rispetto alle strategie di mercato, il neo-presidente ha annunciato che le politiche fieristiche e le attività di internazionalizzazione verranno sostenute e potenziate, in collaborazione con ICE, attraverso missioni promozionali e commerciali, scouting sui mercati e programmi di incoming per far conoscere alla clientela internazionale gli assets del nostro calzaturiero: storia, tradizione, saper fare, ma soprattutto

saper vivere, il "life style" italiano.

Ha poi ribadito l'azione di sostegno dell'Associazione per promuovere la partecipazione delle Aziende Associate alle manifestazioni estere con il fine di consolidare e potenziare la presenza delle aziende Italiane sui diversi mercati.

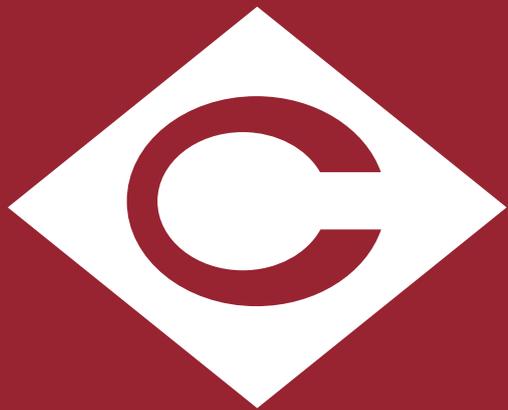
Nel contesto fieristico, Badon ha ricordato come MICAM rappresenti la migliore vetrina nel mondo delle produzioni calzaturiere di piccole-medie e grandi aziende del nostro Paese, annunciando l'intenzione di istituire un Comitato Tecnico-Scientifico composto da rappresentanti di Confindustria Moda, esperti del mondo del fashion, influencers, sociologi, analisti dei consumi di settore ed espositori, che interagisca e dialoghi costantemente con la Presidenza per rendere sempre più ampia e strategica la partecipazione di aziende e buyer alla manifestazione.

In continuità con l'attività di Assocalzatufici

negli anni scorsi, il neo presidente ha ribadito l'impegno e la presenza dell'associazione nei distretti per condividere i problemi degli imprenditori e individuare insieme a loro soluzioni comuni.

Tra le istanze particolarmente importanti per la nuova presidenza, l'azione di lobby intorno al valore del Made in Italy in sede nazionale, comunitaria ed in tutti i territori a vocazione calzaturiera affinché, con il supporto del Sistema e di Confindustria Moda, vengano potenziate politiche e iniziative comuni per ottenere l'obbligatorietà del "made in ..." e della certificazione d'origine dei prodotti.

L'attività di lobby di Assocalzatufici con i vari soggetti istituzionali, nazionali ed europei, sarà poi orientata a temi come la riduzione del costo del lavoro, in continua collaborazione con il Ministero degli Esteri e il Ministero dello Sviluppo Economico, ma anche con ICE Agenzia, SACE e Simest.



**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

# INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA, CHIUSO CON DIFFICOLTÀ IL 2018



L'intero anno si è chiuso con un calo in volume della produzione nazionale (-3,3%) e dell'export (-3,7%, con trend decisamente penalizzanti nell'ultimo bimestre), pur con segni positivi in valore in virtù dell'aumento non trascurabile dei prezzi medi. Tale andamento divergente tra quantità e valori, se da un lato conferma l'eccellenza riconosciuta dai buyer esteri alla produzione italiana - l'export, con circa 9,6 miliardi di euro (+4,2%), ha raggiunto l'ennesimo record assoluto, anche al netto delle dinamiche inflattive - dall'altro ribadisce il ruolo ormai determinante nei risultati settoriali svolto dai grandi brand internazionali del lusso. Lo testimoniano gli incrementi nuovamente a doppia cifra dei flussi verso la Svizzera (+16,8%

in valore, utilizzata dalle griffe quale piattaforma logistico-distributiva) e l'impennata del prezzo medio della Francia.

La produzione Made in Italy si è attestata a 184,3 milioni di paia (oltre 6,3 milioni in meno rispetto al 2017, in cui si era registrato un primo timido recupero dopo un triennio di arretramenti), con un valore prossimo ai 7,9 miliardi di euro (+0,8%). La situazione appare, come di consueto, piuttosto disomogenea tra le imprese, anche se risultano maggioritarie - tra i rispondenti dell'indagine congiunturale condotta dal Centro Studi Confindustria Moda per Assocalzaturifici - le indicazioni negative: il 55% del campione ha infatti denunciato a consuntivo 2018 una contrazione nei livelli

produttivi.

L'export, da sempre traino del settore (l'85% di quanto prodotto dai calzaturieri italiani è destinato a clientela estera), è sceso a 203,2 milioni di paia, operazioni di pura commercializzazione incluse.

Analizzando le aree di destinazione, andamenti disomogenei si sono registrati nell'Unione Europea (dove sono destinate 2 calzature su 3 vendute all'estero), che ha segnato nel complesso un -6,6% in volume e un +3,6% in valore: tutti i principali mercati comunitari hanno chiuso il 2018 con una diminuzione nelle paia (Francia -6,2%, Germania -0,7%, Regno Unito -3,2%, Spagna -9,6%, Olanda -22,5%, Belgio -13,5%, Austria -6,5%), pur con aumenti

- o trend meno penalizzanti, nel caso del Belgio - in valore.

Maggiormente soddisfacenti le vendite extra-UE che, oltre ad un incremento del 4,9% in valore, hanno evidenziato un +2,5% in quantità. Consolidamenti in America settentrionale (+2% in valore e +8% in volume, con il Canada in crescita del 22,8% grazie al CETA) e nel Far East (+3,7% in valore), dove svettano Cina, +17%, e Sud Corea, +11,4%, che hanno compensato i trend negativi di Hong Kong e Giappone. Relativamente a quest'ultimo, l'entrata in vigore del trattato di libero scambio con la UE può rappresentare una grossa opportunità per gli operatori italiani: malgrado i lunghi tempi con cui si perverrà alla completa liberalizzazione, l'abolizione delle quote e la progressiva riduzione dei dazi renderanno più accessibile questo importante mercato.

Non sono mancate però, anche fuori dall'Unione, le note negative. Il 2018 ha registrato infatti una nuova frenata in Russia (-13,1% in quantità e -11% in valore), dove le vendite attuali sono pari, in valore, alla metà dei livelli 2013; stenta anche l'Ucraina (-3,4% in volume). Pesanti, ovviamente, le ripercussioni nei distretti particolarmente votati a quest'area.

Risultati insoddisfacenti pure in Medio Oriente (-13% le paia vendute nel complesso), dove frenano gli Emirati Arabi (-7%) e si è distinta in negativo l'Arabia Saudita (-27%). Anche queste cifre, peraltro, potrebbero essere legate alla crisi russa, con una sensibile contrazione delle triangolazioni che in passato utilizzavano quest'area come "ponte" verso la CSI.

L'analisi delle esportazioni per tipologia mostra per le scarpe in pelle dinamiche peggiori rispetto alla media (-6% in quantità e +0,5% in valore). Solo un comparto, quello delle calzature in tessuto, cresce in volume (+5,5%); gli altri arretrano con variazioni comprese tra il -1,2% per le scarpe con tomaio in gomma e il -5,8% della pantofoleria, che cala anche in valore (-6%).

A livello distrettuale, dove i dati Istat si riferiscono a calzatura/componentistica, tra le otto principali regioni esportatrici tre hanno

evidenziato nel 2018 una flessione in valore: Campania (-12,8% sul 2017), Marche (-4,1%) e, in misura più lieve, Emilia Romagna (-2,1%). Marche e Campania presentano un segno negativo anche nel confronto con i livelli di export di tre e cinque anni addietro: rispetto al consuntivo 2013, l'export marchigiano 2018 risulta inferiore del 16,4%; quello campano del 18,2%.

Nel 2018 sono stati importati in Italia 336,1 milioni di paia di calzature (reimportazioni incluse), +0,7% sull'anno precedente, con un più marcato +10,9% in termini di valore. Incremento del 4,4% per i flussi dalla Cina, da cui provengono circa 4 calzature su 10 in entrata, ma con prezzi medi in diminuzione del 4,1%. Cali attorno al 15% in quantità per le importazioni da Romania, Vietnam e Paesi Bassi. Forte crescita, invece, dei flussi da Francia e Germania.

Si è assottigliato lievemente (anche per il concomitante aumento dell'import in valore) l'attivo del saldo commerciale, attestatosi a 4,42 miliardi di euro (-2,6% sul 2017). Va comunque rimarcato che - nonostante la riduzione - nella graduatoria dei 99 capitoli merceologici di cui si compone la classificazione doganale, la voce "64-calzature e parti" ha confermato nel 2018 il settimo posto per saldo commerciale in Italia. Un risultato di rilievo, per un settore che - con un fatturato complessivo di circa 14,3 miliardi di euro - costituisce una delle colonne portanti del Tessile Moda Accessorio italiano. Nessun apprezzabile miglioramento per il mercato italiano che, nonostante l'andamento penalizzante dell'ultimo decennio,

riveste un'importanza strategica per i produttori nazionali, costituendo tuttora il loro terzo mercato di sbocco, sia in volume che in valore. I dati 2018 di Sita Ricerca sugli acquisti delle famiglie non mostrano infatti alcun segnale di risveglio: -0,7% in quantità e -0,5% in spesa. L'unico comparto in crescita risulta quello delle scarpe sportive/sneakers.

Sempre grande l'attenzione al fattore prezzo (+0,2%), con un ricorso frequente a saldi e svendite (che pesano per oltre la metà sulle vendite complessive). Per quanto concerne l'andamento per canale di acquisto, in flessione (superiore al 10%) il dettaglio tradizionale e trend favorevoli invece per catene di negozi e shopping online. Quest'ultimo, che nel 2013 deteneva una quota di appena il 3,6% sul totale spesa, pesa ora l'11%.

L'ennesimo rinvio della ripresa e il peggioramento del quadro economico hanno avuto pesanti ripercussioni sul tessuto produttivo e sulle dinamiche occupazionali. Il numero di imprese attive, secondo i dati camerali, segna a consuntivo 2018 un'ulteriore non trascurabile riduzione (-203 calzaturifici, tra industria e artigianato, rispetto al 2017, pari al -4,3%), con la perdita di 920 occupati (-1,2%). Nelle Marche le contrazioni più marcate in termini assoluti, sia nel numero di aziende che di addetti.

Il crollo delle ore di CIG autorizzate nell'area pelle nel 2018 (-28%), comune a tutti gli altri settori, è legato alla riforma degli strumenti di integrazione introdotta dal Jobs Act (oltre che all'abrogazione della cassa in deroga) e non certo ad un miglioramento congiunturale.



# ABBIAMO IL CORAGGIO DI CAMBIARE? LA RIFLESSIONE DEL PRESIDENTE SIRO BADON ALL'ASSEMBLEA ACRIB



di Diego Mazzetto

Il fatturato del Distretto Calzaturiero della Riviera del Brenta ha sfiorato i 2,1 miliardi di euro (2.086,57 milioni di euro), contribuendo complessivamente al 62,1% del fatturato del settore in Veneto e al 20,7% di quello nazionale. Questi dati sono emersi nel corso dell'assemblea dell'ACRiB – sezione calzature di Confindustria Venezia Rovigo, dal significativo tema “*Abbiamo*

*il coraggio di cambiare?*”, svoltasi lo scorso 9 luglio presso l'ormai tradizionale sede del Centro Congressi Four Points by Sheraton di Padova, alla quale sono intervenuti il Presidente di ACRiB e di Assocalzaturifici Siro Badon, il sociologo Nadio Delai (Presidente di Ermeneia), e Vincenzo Marinese, Presidente di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo. Nel corso dell'evento sono stati presentati i dati del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta, riconosciuto a livello mondiale per

l'eccellenza nella produzione di calzature di lusso, che confermano una sostanziale tenuta del settore. Il distretto oggi riunisce una filiera completa che ha raggiunto le 553 imprese. Queste rappresentano il 76,1% rispetto al totale Veneto delle aziende del settore, oltre al 12,3% rispetto all'Italia, e danno occupazione a 10.558 addetti. Le calzature, principalmente da donna, sono esportate per il 92% in tutto il mondo. Nel corso dell'assemblea sono stati premiati, per meriti imprenditoriali, Francesco Ballin del

calzaturificio Dyva e Luciano Mescalchin del calzaturificio Mareto.

Siro Badon, eletto il 26 giugno scorso Presidente di Assocalzaturifici, ha inoltre annunciato l'imminente passaggio di testimone alla guida di ACRiB.

"I numeri che abbiamo presentato oggi confermano il grande valore delle nostre calzature - ha dichiarato Badon -. Dobbiamo avere la consapevolezza, tuttavia, di essere giunti a un punto di svolta che non permette ulteriori indugi. Abbiamo il coraggio di cambiare? Bisogna affrontare questa sfida decisiva, ricordando che l'immobilismo è il peggior danno per un imprenditore. In questo contesto il rapporto con le organizzazioni sindacali è fondamentale. C'è l'assoluta necessità di modernizzare le relazioni e riscrivere i nostri accordi in questo senso. Anche sulle risorse umane dobbiamo puntare, per garantire il ricambio delle maestranze. Nel contempo, occorre investire maggiormente in nuove tecnologie per aumentare l'efficacia riducendo gli sprechi, risparmiando risorse energetiche e materiali. Per incrementare la nostra competitività, dobbiamo inoltre porci nell'ottica di fornire servizi sempre più performanti alle aziende che scelgono di investire in questo territorio. È necessario proporzionare la nostra politica industriale alle tendenze del mercato e aprire le porte delle aziende ai giovani. Non da ultimo, è fondamentale che i soggetti interessati dell'intera Regione facciano squadra per lo sviluppo e la crescita dell'industria calzaturiera della Riviera del Brenta".

Nel corso della sua analisi, non sono mancati da parte di Badon alcuni spunti di preoccupazione per il settore: "Con rammarico, registriamo che il quadro della Riviera del Brenta negli ultimi sei mesi ha assunto delle tonalità fosche. In rapporto al primo semestre dello scorso anno, il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni ci dice che le ore sono già cresciute del 15,79%, così come il numero di lavoratori coinvolti (+19,10%) e di aziende (+23,08%). Oggi, con lo spirito di *padre di famiglia*, che muta veste e assume altri impegni, desidero tracciare un breve riepilogo della situazione, ribadire il mio

pensiero e riflettere fino in fondo su questa domanda: *Abbiamo il coraggio di cambiare?*

Non possiamo adagiarci su un passato glorioso e sostenere il primato per cui le scarpe della Riviera del Brenta *erano e sono* le migliori. Indubbiamente lo sono sul piano stilistico, tecnico e realizzativo, senza trascurare il valore ineguagliabile della legalità e della sicurezza. Ma a chi comunichiamo queste capacità? E come? Oggi, chi conosce e riconosce le nostre calzature?

Non possiamo nemmeno organizzare e gestire il nostro business nell'attesa che il mercato venga da noi, refrattari agli adeguamenti e all'adozione di nuove prospettive. Né dobbiamo rimanere indolenti di fronte all'opportunità di integrare la tradizione con l'innovazione, reticenti a concedere ai figli la possibilità di fare impresa secondo la loro visione.

Tra gli investimenti futuri, desidero dare risalto al progetto della nuova sede del Politecnico Calzaturiero per la quale stiamo valutando due possibili *location*. Progettata guardando al futuro, moderna e attrezzata in pieno stile 4.0, nel suo ruolo di *scuola tecnica*, arricchirà la propria offerta didattica e formerà per le

imprese venete (e non solo), figure tecniche professionali. Risorse qualificate in grado di gestire e affrontare i cambiamenti nel design, nei progetti di ideazione, di industrializzazione e delle tecniche produttive che le nostre aziende vorranno fare proprie".

Il Presidente di Confindustria Venezia Rovigo Vincenzo Marinese ha sottolineato nel suo intervento: "Il Distretto calzaturiero della Riviera del Brenta è un'eccellenza, come dimostrano i numeri. Un tessuto di piccole e medie imprese che ha avuto la capacità di promuovere i propri prodotti e di investire nella formazione, grazie al Politecnico Calzaturiero che presto avrà una nuova e più adeguata sede. È, tuttavia, fondamentale saper cambiare prospettiva, punti di vista e, talvolta, saper fare autocritica. Il monito lanciato dal Presidente di ACRiB è corretto: Badon parla da imprenditore agli imprenditori.

In questo contesto, fra le diverse azioni da svolgere, è fondamentale avviare un nuovo dialogo con gli istituti di credito per favorire la patrimonializzazione delle aziende, incentivare le aggregazioni di imprese e affrontare il mercato sapendone cogliere e anticipare le tendenze".



# EXPO RIVA SCHUH, SUCCESSO PER L'HUB DI BUSINESS E MODA PER CALZATURE



Expo Riva Schuh e Gardabags si sono confermate l'hub internazionale di business per il comparto di volume, in grado di presentare un'offerta integrata per calzature e accessori. Le manifestazioni hanno rilevato più di 12.000 visitatori che si sono registrati da 111 paesi, in linea con le aspettative degli organizzatori. "Abbiamo accolto nei quattro giorni di fiera un pubblico selezionato di professionisti, che ha recepito positivamente la novità di Gardabags, per la prima volta all'interno del Quartiere Fieristico al padiglione D - afferma il presidente

di Riva del Garda Fierecongressi Roberto Pellegrini. Un valore aggiunto nel layout delle manifestazioni, sul quale continueremo a lavorare per dare sempre più spazio a un'offerta integrata e di qualità di calzature e accessori". I 1.462 espositori della 92a edizione di Expo Riva Schuh (di cui 266 italiani e 1.196 stranieri), e gli 83 espositori di Gardabags hanno presentato su una superficie espositiva di oltre 33.000 mq le collezioni per la prossima PE 2020. Sono stati 39 i Paesi rappresentati, tra cui Brasile, Portogallo, Spagna e Germania.

"Siamo soddisfatti dei passi avanti fatti da Gardabags, una manifestazione che vuole crescere e dare sempre più spazio a una produzione di borse e accessori in pelle di qualità. Il 35% dei professionisti registrati a Expo Riva Schuh ha segnalato l'interesse a visitare Gardabags, un dato in sensibile aumento rispetto alle scorse edizioni. - afferma Carla Costa, responsabile dell'Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi. Abbiamo scelto di valorizzare in modo particolare il visual del nuovo spazio, che nasce da un'importante operazione immobiliare

e da un interessante progetto di riqualificazione di un antico complesso industriale. Nell'area di relax e networking HangarD abbiamo accolto un momento dedicato alle tendenze moda con la style coach Carla Gozzi, che ha trovato nei nostri stand tanti spunti di stile e qualità. Il nostro obiettivo è continuare a lavorare per rendere la manifestazione un laboratorio di creatività e ispirazione per professionisti e operatori del settore”.

Sempre più marchi hanno proposto nelle loro collezioni modelli a basso impatto ambientale con materiali di origine naturale o di recupero. Per le calzature, si prediligono il cotone organico per le tomaie e materiali come la gomma riciclata o naturali come il caucciù, fino ad arrivare alle calzature vegane. Per le borse sono protagonisti rattan, paglia, tessuti e inserti di elementi naturali come pietre e conchiglie. quattro i grandi macro trend individuati: play & fun, unconventional shape, functionality e new materials.

Per la donna, spazio a ciabatte beach style

con texture croco e dettagli glitter, al pattern pitonato e ai colori fluo, per un look in pieno revival anni '90. Sempre grandi protagoniste le sneaker platform e i tacchi importanti con dettagli preziosi.

La proposta maschile vede il ritorno di mocassini e stringate ma rivisitati in chiave comoda, per uno stile rilassato e originale. L'uomo osa con colori forti e sceglie in modo sempre più consapevole pellami di qualità e materiali naturali. Per il bambino le proposte rispecchiano i trend uomo donna, declinati in uno stile colorato e giocoso.

L'opening talk della 92<sup>o</sup> edizione dal titolo “La sostenibilità di filiera del sistema moda” ha presentato interessanti spunti sul tema della sostenibilità, sempre più strategico per le aziende e presente anche nelle scelte stilistiche delle collezioni.

L'attenzione alla sostenibilità è un valore sempre più percepito dai consumatori. Secondo lo studio “Sustainability matters, but does it sells?” - realizzato da McKinsey&Company in

collaborazione con la Camera nazionale della moda italiana (Cnmi) e presentato durante la terza edizione della International Roundtable on Sustainability lo scorso marzo - il 70% dei consumatori è disposto a scegliere un prodotto ecosostenibile al posto di uno a maggiore impatto ambientale, spendendo il 5% o il 10% in più. In virtù di questo potenziale di vendita i negozi multimarca investono e investiranno sempre di più nei prodotti green.

Lars Doemer, Direttore e co-fondatore di GoBlu, società internazionale di servizi e acceleratore di sostenibilità per aziende del sistema moda, ha illustrato nel suo intervento le leve strategiche per le aziende che scelgono di intraprendere la strada di una produzione più etica e compatibile con l'ambiente. La parola chiave è trasparenza all'interno di un percorso coerente di consapevolezza che porta a crescere insieme alla propria filiera. L'attenzione alla propria supply chain si concretizza in alcuni esempi virtuosi: il German Partnership for Sustainable Textiles e il Dutch Agreement on Sustainable





Textiles and Garment sono due progetti che portano le aziende interessate a operare in quei mercati ad una mappatura progressiva di tutti i partner produttivi utilizzati.

Anche nelle economie in rapido sviluppo come la Cina si stanno evolvendo rapidamente dei sistemi di tracciabilità della catena di fornitori, ponendo quindi ai brand, che si sono affacciati su questi mercati, l'urgenza di rendere trasparente la propria filiera di fornitura, qualcosa di totalmente impensabile solo fino a cinque anni fa.

“Per le imprese che iniziano ora il cammino della sostenibilità – questo il consiglio di Lars Doemer - un dialogo costante con la propria supply chain può diventare l'occasione per condividere buone pratiche già messe in atto dai fornitori e partire da lì per sviluppare nuove soluzioni più mirate alle esigenze aziendali”.

Grazie al dialogo con Tiziano Guardini, fashion designer vincitore nel 2017 del premio Franca Sozzani GCC Award for Best Emerging Designer,

è stato esplorato anche il punto di vista del design attento all'aspetto etico e sostenibile della moda. Un impegno che impone decisioni consapevoli e responsabili soprattutto nel delicato rapporto tra fase del design e produzione industriale.

“Ancora una volta con il nostro dibattito di apertura abbiamo focalizzato un asset strategico per il settore cercando di dare al nostro pubblico di aziende, buyer e professionisti degli strumenti concreti per orientare le loro scelte di business per il futuro - afferma Giovanni Laezza, direttore generale di Riva del Garda Fierecongressi. La sostenibilità è oggi un'opportunità concreta di tutela per il pianeta ma anche uno strumento indispensabile per essere competitivi a livello internazionale. Anche come società Riva del Garda Fierecongressi (unico ente fieristico italiano con la certificazione ISO 20121 per i Sistemi di Gestione Sostenibile degli Eventi), siamo impegnati a migliorarci per ridurre il nostro impatto sull'ambiente e per promuovere una “cultura della sostenibilità” insieme ai nostri

stakeholder”.

Una spinta che viene anche “dal basso” da alcuni esempi di start up e piccole realtà artigiane che, anche grazie ai social e all'e-commerce, riescono a portare avanti progetti interessanti nel campo del riciclo e nella scelta di materiali eco-compatibili.

“La moda è abile nell'intercettare i cambiamenti e Gardabags, il progetto di Expo Riva Schuh dedicato a borse e accessori ne è un chiaro esempio - ha esordito Carla Costa, Responsabile Area Fiere di Riva del Garda Fierecongressi - la quasi totalità dei suoi espositori, infatti, si dimostra attenta al tema e questo diventa ancora più significativo quanto si considera che il 39% di questi arriva da fuori Europa e da Paesi in cui l'argomento ha iniziato a essere affrontato solo da pochissimo tempo”.

Il prossimo appuntamento con le proposte di Expo Riva Schuh e Gardabags è dall'11 al 14 gennaio 2020.



**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**

# INAUGURATA A STRA LA SUPERBA: POLO CULTURALE E CREATIVO NEL CUORE DELLA RIVIERA DEL BRENTA



di **Diego Mazzetto**

Con l'inaugurazione della villa Gritti – Moschini detta “La Superba” di Stra, avvenuta lo scorso 30 giugno in una festa di luci, suoni e colori, si è concluso l'ambizioso progetto di restauro di una delle più scenografiche dimore storiche della Riviera del Brenta.

Qualche anno fa era giunto a termine il restauro della barchessa della villa, realizzata nel

secondo decennio dell'Ottocento dall'architetto veneziano Giannantonio Selva: importante esponente del neoclassicismo. L'accuratezza dell'intervento, e l'originalità dell'*interior design* avevano permesso nel 2014 di assegnare ai proprietari (gli stilisti calzaturieri Rubens Bressanin e Luciano Ferraresso), il prestigioso premio internazionale “*top quality Iconic Award*”, riservato ai migliori interni di design d'Europa. Oggi con la presentazione della “Superba”, si festeggia il ritorno agli antichi splendori

di una dimora ricca di storia che affonda le sue radici nei secoli scorsi, inizialmente di proprietà della nobile famiglia veneziana Gritti e, successivamente, della famiglia Moschini. Se la barchessa è diventata sede dell'*atelier e showroom* d'alta moda calzaturiera internazionale degli stilisti Rubens e Luciano, nondimeno sarà la destinazione d'uso della villa destinata a grandi eventi dove si incontreranno design, arte, musica, alta cucina e business, con target di assoluto livello. Eventi che potranno



essere vissuti nelle stanze dell'antica dimora, arredate con particolare cura filologica, e nel grandioso parco alberato di circa 13 mila metri quadrati.

Da sempre appassionati del territorio della Riviera del Brenta dove sono nati e cresciuti, Rubens e Luciano hanno fortemente creduto in questo progetto che rappresenta la filosofia decennale del proprio lavoro.

La loro storia imprenditoriale merita di essere conosciuta, soprattutto dai giovani, che possono trarre tesoro da un'esperienza di orgoglio e tenacia che ha portato alla realizzazione di un sogno. Una storia sicuramente esemplare, nata nel decantato Nordest: un'area che grazie al lavoro di tanti imprenditori *self made man* è diventata ammirata, invidiata e presa ad esempio.

"Ero ancora un ragazzino - racconta Rubens Bressanin - quando mi resi ben presto conto di poter contare su di un'unica certezza: la mia grande passione per il disegno e la magia e soddisfazione di vedere concretizzata un'idea su un foglio di carta. Ho tentato di realizzarmi in tanti modi, ma non riuscivo a trovare quello che cercavo. Alla fine ho intravisto la mia strada: ho capito che avrei potuto far crescere e maturare in me le mie idee e poi esprimerle in modo naturale, inserendomi nel comparto calzaturiero della Riviera del Brenta giustamente decantato come il più importante al mondo. La Scuola per modellisti di Stra ha rappresentato per me un'esperienza formativa fondamentale. Infatti, grazie a un gruppo di insegnanti straordinari, ho potuto apprendere ogni segreto di questo affascinante mestiere. Ho imparato non solo le teorie e le tecniche, ma anche la conoscenza del mercato e del mondo del lavoro che mi hanno permesso, successivamente, di ridurre al minimo la distanza tra apprendimento scolastico e vita aziendale". Simile, per molti aspetti, la vicenda umana e professionale di Luciano Ferrareso: "Concluse le scuole medie non mi sono iscritto alle superiori perché avevo intuito quale poteva essere il mio futuro.

La nostra era una povera famiglia che lottava per sbarcare il lunario. Determinanti, e le ringrazio



Gli stilisti Rubens Bressanin e Luciano Ferrareso

ancor oggi, la mia adorata mamma che in casa cuciva i mocassini a mano con le mani che le dolevano quando doveva tirare gli spaghi, e le sorelle che facevano le orlatrici. Vivevo, insomma, in mezzo alle scarpe e capii ben presto che avrei voluto percorrere quella strada. Mi iscrissi allora alla Scuola per modellisti di Stra, e iniziai a lavorare in diverse fabbriche fermandomi alla sera per carpire i segreti dei modellisti.

Poi, finalmente, ho iniziato a produrre per mio conto alcuni modelli che hanno ottenuto subito un buon successo. Ma per il decollo definitivo era necessario poter contare su uno studio. Lo sognavo anche di notte ed ecco finalmente, nel 1989, il magico incontro con Rubens Bressanin. Subito ci siamo sentiti legati da un invisibile filo comune e la nostra bella avventura professionale prosegue con reciproca stima da ben 30 anni." Rubens e Luciano all'inizio hanno creato una società e aperto uno studio in via Mazzini a Stra in un modesto garage. Le prime esperienze non sono state facili. In mezzo a tanti altri sconosciuti come loro che cercavano l'affermazione, si sono subito scontrati con la dura realtà del business. "Fortunatamente - prosegue Rubens- il carattere, la convinzione e la fiducia nei nostri mezzi ci hanno aiutato molto.

Infatti, non mi sono mai scoraggiato e, come si suol dire, ho sempre tirato dritto per la mia

strada, convinto che prima o poi, sarei riuscito a realizzare il mio sogno.

Gradualmente lo studio, che è stato chiamato "RubensLuciano", ha cominciato a farsi conoscere. Ed ecco nel 1991, dopo aver lavorato sodo di giorno e di notte, il primo incoraggiante successo alla mostra di Bologna.

È stato un momento davvero importante che ha determinato la "conquista" di alcuni importanti clienti. Attualmente la società ha alle dipendenze 45 collaboratori che insieme a Rubens e Luciano creano collezioni per le più importanti case di moda internazionali, dalle quali vengono generati 50 milioni di paia all'anno. "Nei momenti di flessione economica- sottolineano Rubens e Luciano- il nostro studio ha sempre affrontato ogni criticità attraverso l'innovazione e l'investimento nelle risorse umane.

Siamo passati dalle mitiche *matite e gomme per cancellare*, a una serie di modernissime tecnologie e soluzioni professionali che ci permettono la totale realizzazione interna di prototipi, fornendo inoltre ai clienti un servizio personalizzato e di assoluta qualità"

Una storia dunque di sacrificio e di successo, quella che contraddistingue la vicenda professionale di due amici nati nella Riviera del Brenta e accomunati da tanta passione per la calzatura e per le bellezze artistiche del proprio territorio.

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*

**LM PROFESSIONAL**



**La Prima Linea**

**Professionale Per Calzalai**

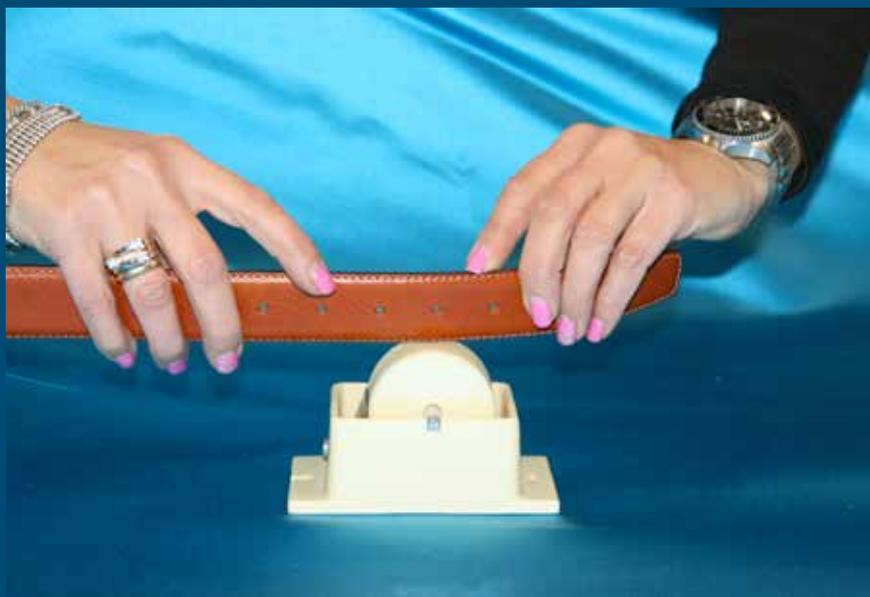
www.lmprofessional.it sales@lmprofessional.it

Tel: +39 0424 592001



**MACCHINA TINGIBORDO**  
per finitura all'acqua

**NOVITA'**



In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334

# IL PREMIO CAMPIELLO A SAN PATRIGNANO E IL CORDOGLIO PER LA SCOMPARSA DI ANDREA CAMILLERI



Andrea Camilleri sul palco della Fenice a Venezia con Serena Autieri e Andrea Tomat nel 2011.

di **Diego Mazetto**

È giunto per la prima volta a San Patignano lo scorso 11 luglio, il tour letterario degli scrittori del Premio Campiello, il concorso di narrativa italiana contemporanea organizzato dalla Fondazione Il Campiello - Confindustria Veneto. I cinque finalisti della 57<sup>a</sup> edizione sono stati ospiti della Comunità, all'interno dell'iniziativa "Il Campiello per San Patignano". I giovani della Comunità hanno così potuto conoscere gli autori e le loro opere selezionate lo scorso 31 maggio a Padova: Giulio Cavalli, "Carnaio"

(Fandango), Paolo Colagrande, "La vita dispari" (Einaudi), Laura Pariani, "Il gioco di Santa Oca" (La nave di Teseo), Francesco Pecoraro, "Lo stradone" (Ponte alle Grazie) e Andrea Tarabbia, "Madrigale senza suono" (Bollati Boringhieri). Ospite d'eccezione all'incontro è stata il Presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati che ha dichiarato: "Oggi la cultura, come quello che il premio Campiello rappresenta per il nostro Paese, è petrolio". All'evento erano presenti anche: Letizia Moratti (Presidente E4 IMPACT e Co-Fondatrice della Fondazione San Patignano), Piero Prenna (Presidente della Comunità San Patignano), Matteo Zoppas

(Presidente della Fondazione Il Campiello e di Confindustria Veneto), Piero Luxardo (Presidente del Comitato di Gestione del Premio Campiello) e Carlo Nordio (Presidente della Giuria dei Letterati del Premio Campiello). "Il Campiello per San Patignano", nasce dalla volontà della Fondazione Il Campiello e della Fondazione San Patignano di creare un progetto condiviso che coinvolga attivamente i ragazzi ospiti della Comunità. A loro è stato infatti proposto di presentare un racconto a tema libero che verrà valutato dalla Giuria del Campiello Giovani. Il riconoscimento speciale sarà consegnato in occasione della cerimonia finale al Gran Teatro La Fenice di Venezia. La Fondazione Il Campiello e il Comitato di Gestione del Premio hanno voluto esprimere il proprio cordoglio per la scomparsa di Andrea Camilleri, avvenuta il 17 luglio, con una nota in ricordo del grande scrittore: "Camilleri ha reinventato il romanzo storico e di genere, insieme al racconto fantastico; e, con umoristica vivacità, e pirandelliano senso del contrario, ha recuperato nell'intrattenimento letterario l'indagine storica, politica e civile." Con queste e altre motivazioni, nel 2011 Andrea Camilleri vinceva il Premio Fondazione Il Campiello. "Oggi piangiamo la scomparsa di un autore molto amato dai lettori che ha saputo non soltanto creare un personaggio come Montalbano, ma anche contribuire in maniera significativa alla sperimentazione letteraria e alla diffusione della lettura. La Fondazione il Campiello esprime il suo profondo cordoglio. Oggi l'Italia ha perso un grande scrittore".



# Fashion Wall Lab srl

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

Indirizzo PEC: fashionwalllabsrl@legalmail.it

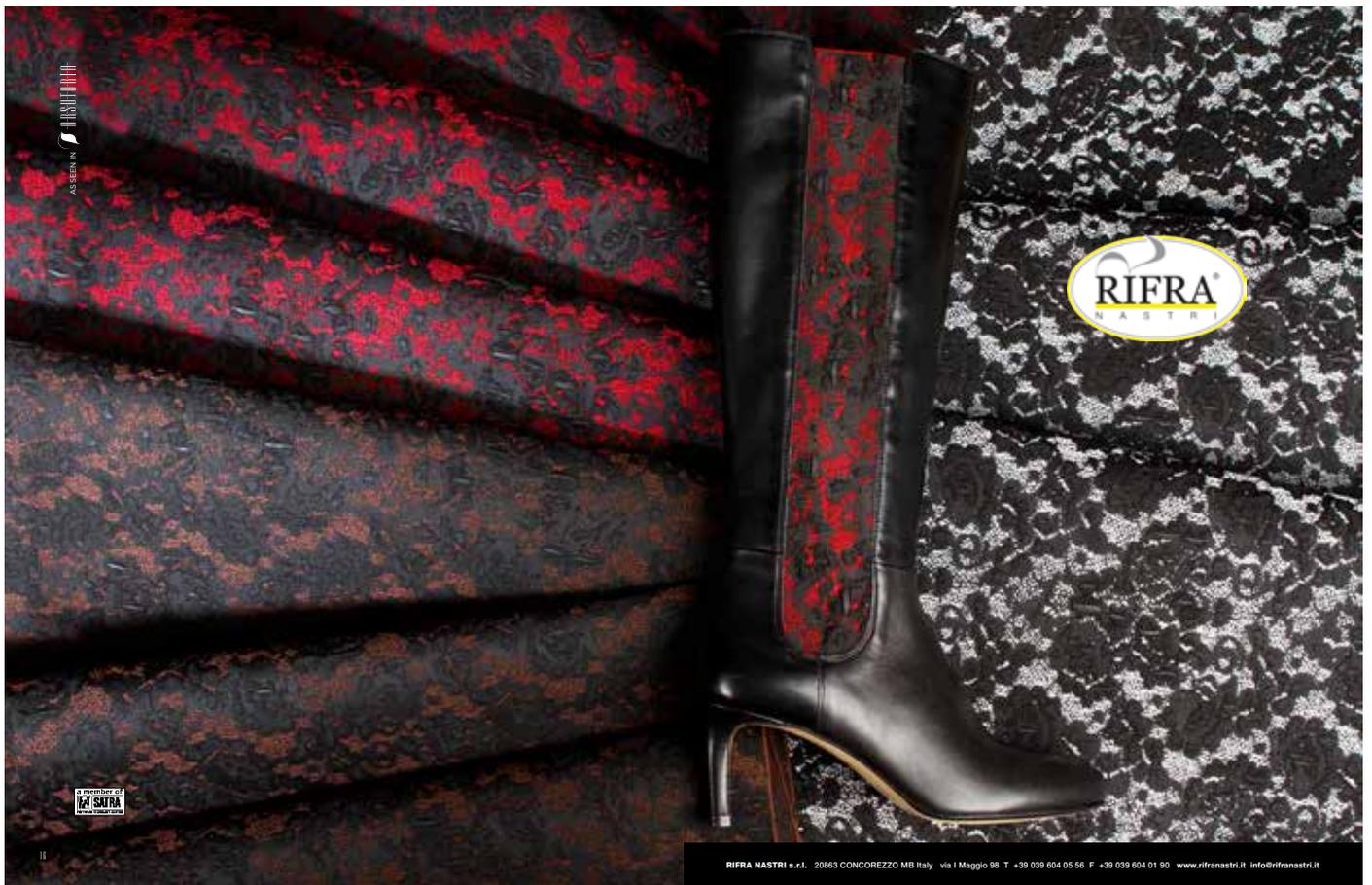
[www.fashionwall.it](http://www.fashionwall.it)

cell. 3498353163

[info@fashionwall.it](mailto:info@fashionwall.it)

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





## MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



Per informazioni [www.lovatoforniture.it](http://www.lovatoforniture.it)

PRODUZIONE SOTTOPIEDI  
E ANATOMICI

**P.A.T.** SRL



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

**Madrid**  
FOOTBALL GUIDE



Edizioni INCONTROPIEDE

FOOTBALL CITY GUIDES - MADRID

In vendita su  
[www.incontropiede.it](http://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](http://www.lovatoforniture.it)

# FLESSIBILITÀ, SERVIZIO E TRADIZIONE NEL DNA DEL CALZATURIFICIO PERON DI CAMPONOGARA



La storia di Armando Masenadore, titolare insieme alla moglie Romana e al figlio Alberto del calzaturificio Peron di Camponogara è comune a quella di molti altri ragazzi che nel dopoguerra desideravano farsi strada nel mondo calzaturiero.

Dopo l'obbligatorio periodo di gavetta in qualche laboratorio artigiano, c'era il sogno di aprire un'azienda in proprio, magari in una stanza di casa, giusto per iniziare a muovere i primi passi. Con queste motivazioni, negli anni sessanta

del secolo scorso, Armando Masenadore iniziava il suo percorso professionale, prima come modellista presso l'azienda di Enrico Pampagnin, e poi in società con Luigino Michieli nel calzaturificio Mima, acronimo dei cognomi Michieli -Masenadore. Il passo successivo fu la creazione di un'azienda completamente in proprio che Armando decise di aprire insieme alla moglie Romana Peron. L'idea era quella di dedicarsi alla produzione di una scarpa da signora molto confortevole e dalle linee

classiche, verso la quale in quel momento era particolarmente interessato il mercato tedesco. Una tipologia di calzatura che pochi, nella zona della Riviera del Brenta, producevano.

Il marchio scelto per l'azienda fu Peron: il cognome della moglie di Armando. Questo in omaggio a Evita Peron, moglie del presidente dell'Argentina, che in quegli anni era una figura carismatica e oggetto di venerazione a livello internazionale.

Dopo aver iniziato a diffondere le prime paia



di calzature nel triveneto, l'azienda si rivolse al mercato della Germania dove trovò una vera e propria esplosione di ordinativi, tanto che in breve tempo fu necessario ampliare la fabbrica e le maestranze. Il lavoro con il mercato tedesco proseguì con soddisfazione per molti anni fino al 2000, quando vari fattori provocarono una battuta d'arresto. La crescente presenza delle firme nelle calzature, il cambio del gusto e un mercato sempre più esigente in termini di moda e di prezzo, causarono una repentina contrazione di richieste verso la scarpa da signora confortevole che rappresentava il fiore all'occhiello del marchio Peron.

A quel punto due erano le possibilità: o chiudere l'azienda o convertire la produzione appoggiandosi, come stavano facendo gran parte dei calzaturifici della zona, alle firme internazionali di moda.

Grazie anche all'ingresso in azienda di Alberto, figlio di Armando e Romana, che dopo gli studi era stato in Germania presso un grosso cliente per capire le dinamiche del mercato, si scelse questa seconda possibilità. Ma la strada non era semplice.

L'azienda Peron era conosciuta, come accennato precedentemente, per la sua produzione di scarpa comoda da signora e così, conoscendo la tipologia produttiva, nessuna casa di moda

pensava di rivolgersi per la creazione del proprio prodotto. Però ci fu un particolare che giocò a favore. Molte firme di moda, soprattutto legate all'abbigliamento che non avevano mai affrontato il mercato della calzatura, rivolgendosi alle fabbriche della zona con la richiesta della realizzazione di piccoli campionari erano rifiutate per l'esiguità dell'ordinativo. Intelligentemente, l'azienda Peron colse questa necessità e si mise a disposizione per accontentare i numerosi clienti che non riuscivano a trovare fabbriche disposte a dedicarsi alla realizzazione di poche decine di paia. La mossa si dimostrò vincente e la Peron diventò ben presto nota per la sua flessibilità e per l'indiscussa qualità artigianale con la quale venivano realizzate le calzature. Non solo da donna, ma anche da uomo, dimostrando così un'apertura veramente a 360 gradi. "Ci sono stilisti - precisa Alberto Masenadore - che ci presentano un campionario da realizzare di duecento paia di calzature da donna e cinquanta da uomo. Con questi numeri difficilmente troverebbero una fabbrica disposta ad accontentarli in tempi brevi. Alla Peron, grazie alla sua flessibilità, questo è invece possibile. Basta che lo stilista venga qui con un disegno e noi gli realizziamo la scarpa, con tutte le esigenze e le varianti possibili. Anche le più estreme, sempre rispettando i tempi richiesti".

Un dato interessante che riguarda l'azienda è inoltre costituito dalla presenza di una modelleria dotata di alta professionalità tecnologica e da un suolificio interno in grado di rispondere immediatamente alle richieste del cliente in termini di velocità e qualità.

Per le stesse ragioni, l'azienda si è dotata di attrezzature uniche nel territorio, come una nuovissima macchina laser in grado di realizzare solette ad incastro con la massima precisione e un metal detector di ultima generazione in grado di rilevare chiodi posizionati in modo anomalo all'interno delle calzature.

Su idea di Alberto Masenadore è stata fatta realizzare da una ditta specializzata una macchina particolare, che a breve sarà brevettata, in grado di rendere disponibili all'operatore di montaggio i chiodi da inserire nella tomaia, così da evitare di doverli prendere in bocca come in uso tradizionalmente.

Oggi l'azienda di Camponogara è guidata da Armando Masenadore, dalla moglie Romana Peron che cura l'amministrazione e dal figlio Alberto che segue la modelleria, la produzione e il contatto con i clienti.

Un'azienda che guarda al futuro, senza dimenticare le origini della tradizione calzaturiera del distretto della Riviera del Brenta celebre in tutto il mondo.

# LEOPOLDO TROLESE NUOVO PRESIDENTE DEL CLUB ROTARY VENEZIA - RIVIERA DEL BRENTA



Lo scorso 27 giugno, nella splendida cornice di villa Franceschi a Mira, è avvenuto il passaggio delle consegne della presidenza del club Rotary Venezia - Riviera del Brenta tra Ivana Vianello e Leopoldo Trolese.

Cavaliere al Merito della Repubblica, Leopoldo Trolese esercita la professione di geometra dal 1975. È consulente del Tribunale e della Corte d'Appello di Venezia.

Ha fatto il Presidente del suo ordine professionale. Ha fatto parte del C.D.A della Cassa Nazionale Geometri.

È stato membro del Comitato Esecutivo del Consiglio nazionale Geometri. È stato Presidente del Consiglio di Disciplina Territoriale. Ha fatto parte del C.D.A di Residenza Veneziana. Ha fatto parte del C.D.A di Veneto Innovazione.

È autore dei libri "Millesimi di Storia" e "La chiesetta Romanica di Santa Maria di Lugo". "Come prima donna ad aver presieduto il Club - ha dichiarato la presidente uscente Ivana Vianello - ritengo di aver adempiuto ai doveri che l'incarico comporta, sempre aiutata dal Consiglio Direttivo e incoraggiata da tutti i soci. Tra i tanti impegni vissuti nel corso dell'anno rotariano, a novembre ho avuto l'onore di presiedere i festeggiamenti del 35° anniversario del nostro Club cui ha partecipato il Governatore Eletto (ora Incoming Governor), Diego Vianello. Poi l'avvenimento che ha sicuramente dato lustro al nostro Club ha riguardato la conclusione del restauro del trecentesco Crocifisso ligneo di Fossò e la sua presentazione alla comunità, con grande successo e commenti lusinghieri da

parte di tutti, compreso quello del FAI.

Ultimamente il club si è poi attivato con un contributo per l'acquisto di un'ambulanza destinata all'Associazione "Croce Serenissima della Riviera del Brenta", che con i suoi volontari esegue un servizio di grande utilità per la comunità rivierasca".

Nel corso del suo intervento, il neopresidente Trolese si è soffermato sul programma per il suo anno alla guida del club, ponendo l'accento sul tema principale che sarà rivolto alla cultura e proponendo di leggere in modo più approfondito il territorio della Riviera del Brenta e il Miranese. "La cultura e il suo approfondimento - ha affermato Trolese - ci induce a pensare con la nostra testa, contrariamente a ciò che la tecnologia e la velocità di comunicazione cercano di impedirci di fare inducendoci così al pensiero comune e privo di certezze perché la velocità rende difficile la verifica". Dopo aver elencato le numerose iniziative che saranno realizzate nel corso del suo mandato, Leopoldo Trolese ha voluto concludere il proprio intervento sottolineando l'aspetto fondamentale dell'amicizia: la roccia sulla quale si fondano gli ideali del Rotary. "Sono pienamente convinto che dobbiamo coltivare l'amicizia rotariana senza alcun riferimento alla famosa frase di Alfonso Karr, giornalista de Le Figaro vissuto nel XIX secolo: tutti vogliamo avere un amico ma nessuno si preoccupa di esserlo. Coltiviamo, dunque, l'amicizia e liberiamoci dalla nostra autoreferenza. Per essere persone migliori nel vero e profondo spirito del Rotary".

# RIPARATORE PER CAMOSCIO

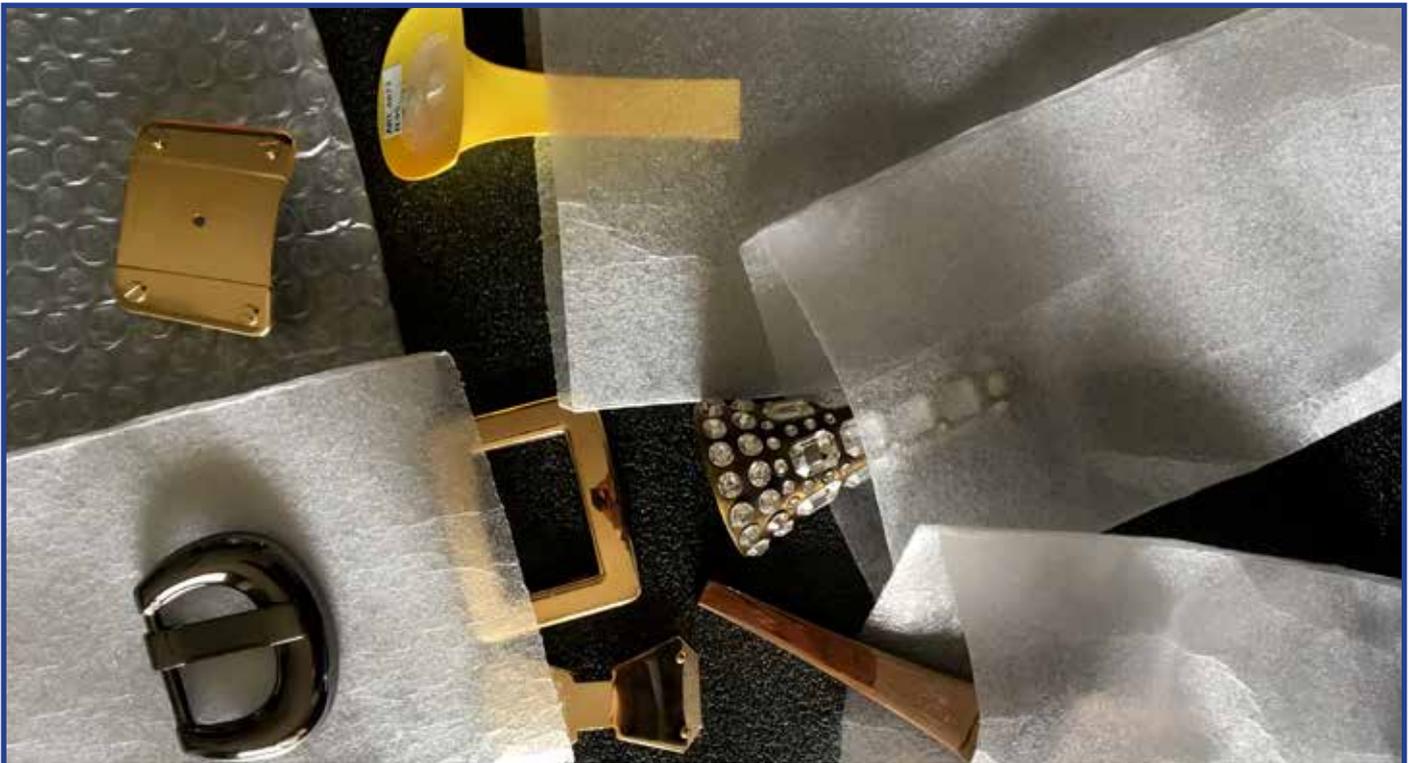


**In vendita esclusiva da Lovato Federico  
tel. 041 466334 [lovatofed@virgilio.it](mailto:lovatofed@virgilio.it)**



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

**[info@coopsolidalia.com](mailto:info@coopsolidalia.com) - [calzature@coopsolidalia.com](mailto:calzature@coopsolidalia.com)**



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



# NASTROTEX

## CUFRA SPA

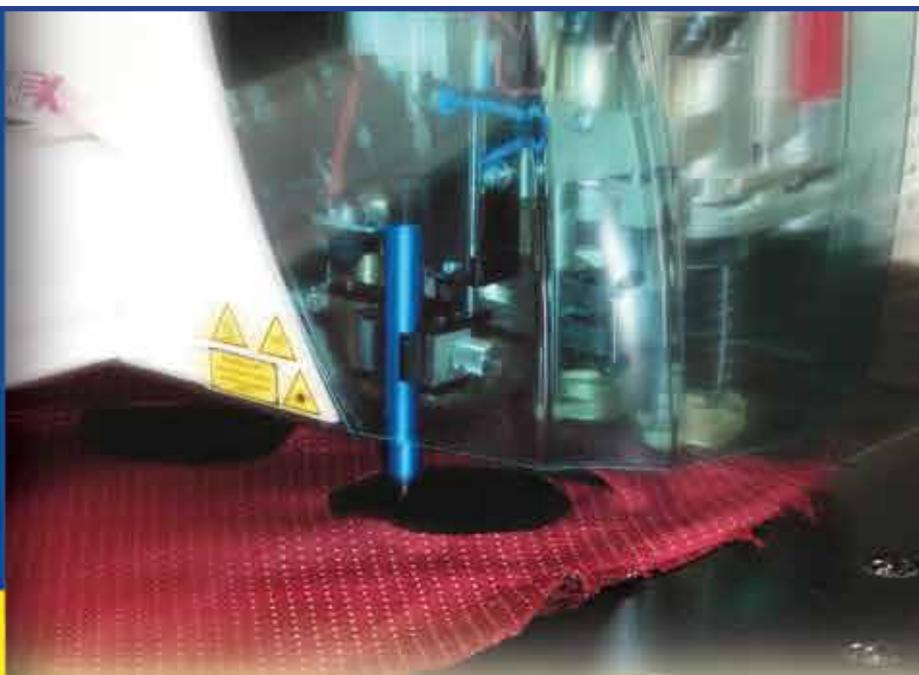


**TRANCERIA**

**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](http://www.temme2.it) [info@temme2.it](mailto:info@temme2.it)

**50**  
YEARS  
ANNIVERSARY

**DUEGI SCATOLIFICIO**  
Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Villatora di Saonara  
Tel. +39 049 640366 - Fax +39 049 644888  
[info@scatoleduegi.it](mailto:info@scatoleduegi.it) - [www.scatoleduegi.it](http://www.scatoleduegi.it)

f in



Il marchio della  
gestione forestale  
responsabile

**DUEGI**

UNI EN ISO 9001:2015



SISTEMA DI GESTIONE  
QUALITÀ CERTIFICATO

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

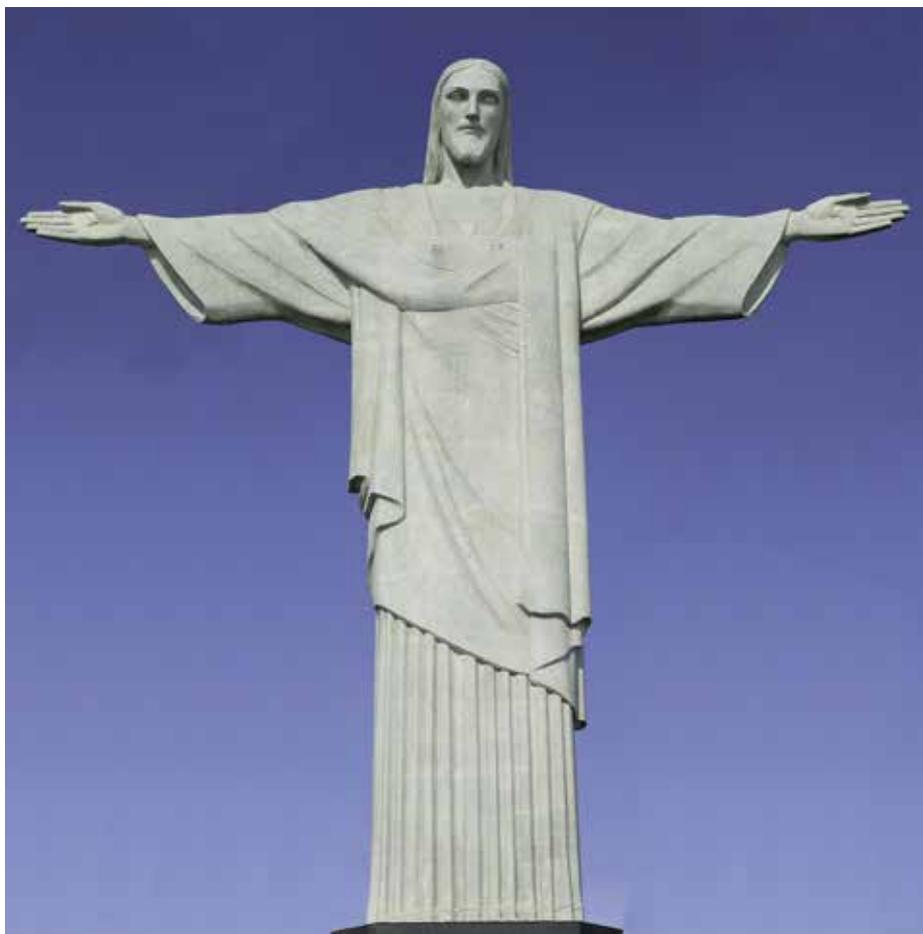
Design, manufacture and trade of internally and externally lined boxes for various commodity sectors.



# BRASILE

## DIFFICILE USCITA DALLA RECESSIONE

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



L'economia brasiliana ha seguito un andamento altalenante negli ultimi decenni, sotto molti aspetti simile a quello delle economie di altri Paesi in via di sviluppo. Favorito dalla vasta presenza di materie prime nel sottosuolo, dalla posizione geografica e dal gran numero di abitanti (con un'età media bassa rispetto ai Paesi occidentali), il Brasile ha fatto molta strada portando l'economia da un livello di Paese in via di sviluppo a una delle prime economie al mondo.

Dopo la stagnazione degli anni '90, il Brasile è cresciuto a ritmi elevati nel primo decennio del 2000 grazie all'espansione della forza lavoro e alla domanda estera, soprattutto di materie prime. La ritrovata crescita e le politiche sociali attuate dai governi hanno favorito l'impressionante risultato di dimezzare il tasso di povertà e di ridurre notevolmente le disparità sociali. Ma negli ultimi cinque anni sono venute meno le condizioni favorevoli che avevano favorito la crescita dell'economia e i

problemi strutturali sono tornati evidenti. In particolare la bassa produttività, la mancanza di infrastrutture adeguate e la scarsa connessione con il resto del mondo non solo hanno frenato lo sviluppo dell'economia, ma anche reso più difficile il finanziamento della spesa sociale (in crescita) e hanno determinato un progressivo peggioramento delle finanze pubbliche.

La frenata dell'economia è evidente guardando i dati del Pil brasiliano, che dopo aver toccato un buon +2,5% nel 2013 è sceso a +0,5% nel 2014 e poi ancora a -3,8% e -3,6% nel biennio 2015-2016. Nel 2017 il Brasile è tecnicamente uscito dalla recessione, con il Pil cresciuto dell'1%, ma nel 2018 ha mostrato già segnali di un nuovo rallentamento, con il Pil che nei primi due trimestri del 2018 è cresciuto dell'1,2% e dell'1% rispetto agli stessi periodi del 2017. Questa performance è stata inferiore alle attese degli analisti, ed è la conseguenza dei risultati non soddisfacenti della produzione industriale e del settore dei servizi. Inoltre anche i consumi,

che sono stati tra i motori della ripresa nel 2017, hanno mostrato un rallentamento rispetto alle attese. Infine la congiuntura internazionale e fattori esterni hanno contribuito e continuano a contribuire al peggioramento delle previsioni di crescita del Brasile: il rischio di una guerra commerciale tra Stati Uniti e Cina e le prospettive di una stretta monetaria negli Stati Uniti più forte di quanto previsto contribuiscono infatti ad aumentare i timori per l'economia brasiliana a determinare condizioni di finanziamento più onerose per i Paesi emergenti e per quelli di seconda fascia come il Brasile. Infine nel 2018, la valuta brasiliana (il real) ha subito un forte deprezzamento e, nonostante un effetto positivo sull'economia perché una moneta debole favorisce le esportazioni, è considerato un fattore negativo dai mercati internazionali, in grado di aumentare la percezione di rischio dell'economia brasiliana e di deprimere ulteriormente la crescita dell'economia a causa dei suoi effetti negativi sul costo dell'indebitamento, sulle



importazioni e sull'inflazione.

Negli ultimi anni il controllo della spesa pubblica è diventato un elemento centrale della politica economica. Il nuovo governo ha anche approvato a dicembre 2018 un emendamento alla costituzione federale che propone un tetto alla crescita della spesa in un determinato anno in base all'inflazione dell'anno precedente. Questa regola sarà valida per i prossimi venti anni e secondo il Fondo Monetario Internazionale favorirà da un lato la stabilizzazione del debito pubblico, aumentando la fiducia degli investitori internazionali, e dall'altro lato aiuterà la Banca centrale a stabilizzare l'inflazione abbassando in maniera significativa e duratura il tasso di interesse di riferimento (attualmente al 6,5%, dopo essere stato negli anni passati anche superiore al 9%), favorendo quindi la ripresa di consumi e investimenti.

Gli altri indicatori macroeconomici rafforzano l'idea di un'economia in difficoltà, con i fondamentali che non si muovono di pari passo

e le autorità che stentano a invertire la tendenza e a riportare l'economia su un sentiero di crescita. Il debito pubblico è salito di venti punti nel solo triennio 2014-2017, con il rapporto debito/Pil passato dal 54% al 74,31%. Dopo qualche anno intorno al 5,5%, l'inflazione ha avuto un picco nel 2015 (10,6%), per poi scendere al 6,2% nel 2016 e al 2,9% nel 2017, grazie alla discesa dei tassi di interesse e alla frenata dell'economia. La disoccupazione infine è cresciuta in maniera costante, passando dal 5,5% del 2012 al 6,9% del 2015, all'11,5% del 2016 e infine al 12,8% del 2017.

Dal punto di vista commerciale, il Brasile è indubbiamente un Paese esportatore di beni e servizi. La bilancia commerciale brasiliana è stata infatti in attivo di circa 50 miliardi di euro nel 2018. In particolare, il totale dell'export brasiliano è stato pari a circa 203 miliardi di euro, in crescita del 6% circa rispetto all'anno precedente. Nello stesso periodo le importazioni sono state pari a circa 153 miliardi di euro, con

una crescita del 15% rispetto al 2017. Tra i primi acquirenti di prodotti brasiliani si trovano la Cina (con una quota pari al 25% circa), seguita dagli Stati Uniti (13%) e dall'Argentina (6,5%). L'Italia rappresenta l'undicesimo mercato di sbocco per le merci brasiliane, con una quota pari all'1,6% sulle esportazioni brasiliane, per un valore di poco superiore ai 3 miliardi di euro nel 2018. I primi fornitori del Brasile sono ancora Cina (18% circa del totale dell'import), Stati Uniti (15%) e Argentina (6%). L'Italia nel 2018 è stato il settimo fornitore del Brasile, con una quota del 2,5% sul totale delle importazioni brasiliane, pari a circa 3,5 miliardi di euro.

Il Brasile è un partner importante per le imprese italiane, sia in termini di investimenti che di interscambio commerciale. Dopo tre anni consecutivi di flessione, l'interscambio commerciale tra Italia e Brasile è tornato a crescere, facendo registrare un +7% nel 2018, attestandosi a circa 7,5 miliardi di dollari. Nonostante il recente balzo in avanti,



l'interscambio è però ancora lontano dal suo picco massimo registrato nel 2011 (attualmente è inferiore del 35%). Il surplus commerciale italiano è leggermente aumentato nel 2018 (da 381 a 397 milioni di dollari), anche se le importazioni dal Brasile sono aumentate in maniera più consistente rispetto alle esportazioni italiane verso il Brasile.

A livello generale, negli ultimi 20 anni la composizione settoriale dello scambio di prodotti e servizi tra Italia e Brasile non è cambiato in maniera sostanziale: da un lato il Brasile

continua a esportare principalmente prodotti alimentari (con una quota del 25% del totale, includendo soprattutto caffè e carne), carta e cellulosa (18%), minerali ferrosi (11%) e cuoio e pelli (10%). Il 97,6% delle esportazioni italiane verso il Brasile è rappresentato da prodotti industriali (soprattutto macchinari, apparecchi elettrici, prodotti chimici e farmaceutici, prodotti ottici, componentistica per il settore automotive), confermando la tradizionale composizione del nostro export, che si focalizza su settori ad alto valore aggiunto e ad alta intensità tecnologica.

Tra le esportazioni italiane verso il Brasile va considerata anche la presenza dei settori abbigliamento e articoli in pelle (comprese le calzature) per un controvalore di circa 50 milioni di euro nel 2018, in crescita costante negli ultimi anni del 5% circa all'anno.

Per quanto riguarda gli investimenti italiani in Brasile, la maggiore presenza italiana si concentra soprattutto nell'industria di trasformazione (33,6%), nei settori dell'informazione e delle telecomunicazioni (28%), dell'elettricità e del gas (14,9%) e finanziario (9,2%).



# ARMIDA SRL

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

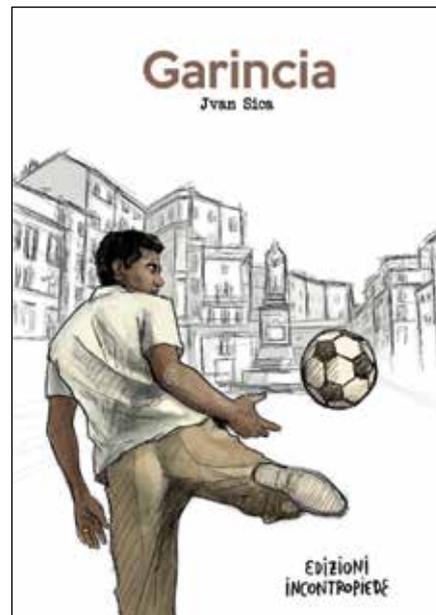
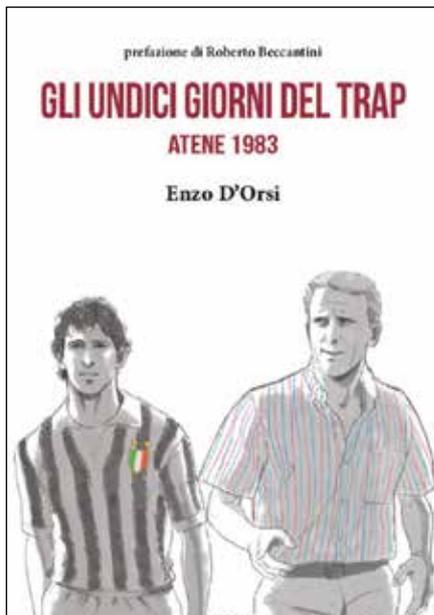
ORMAC CHALLENGER TRACER



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



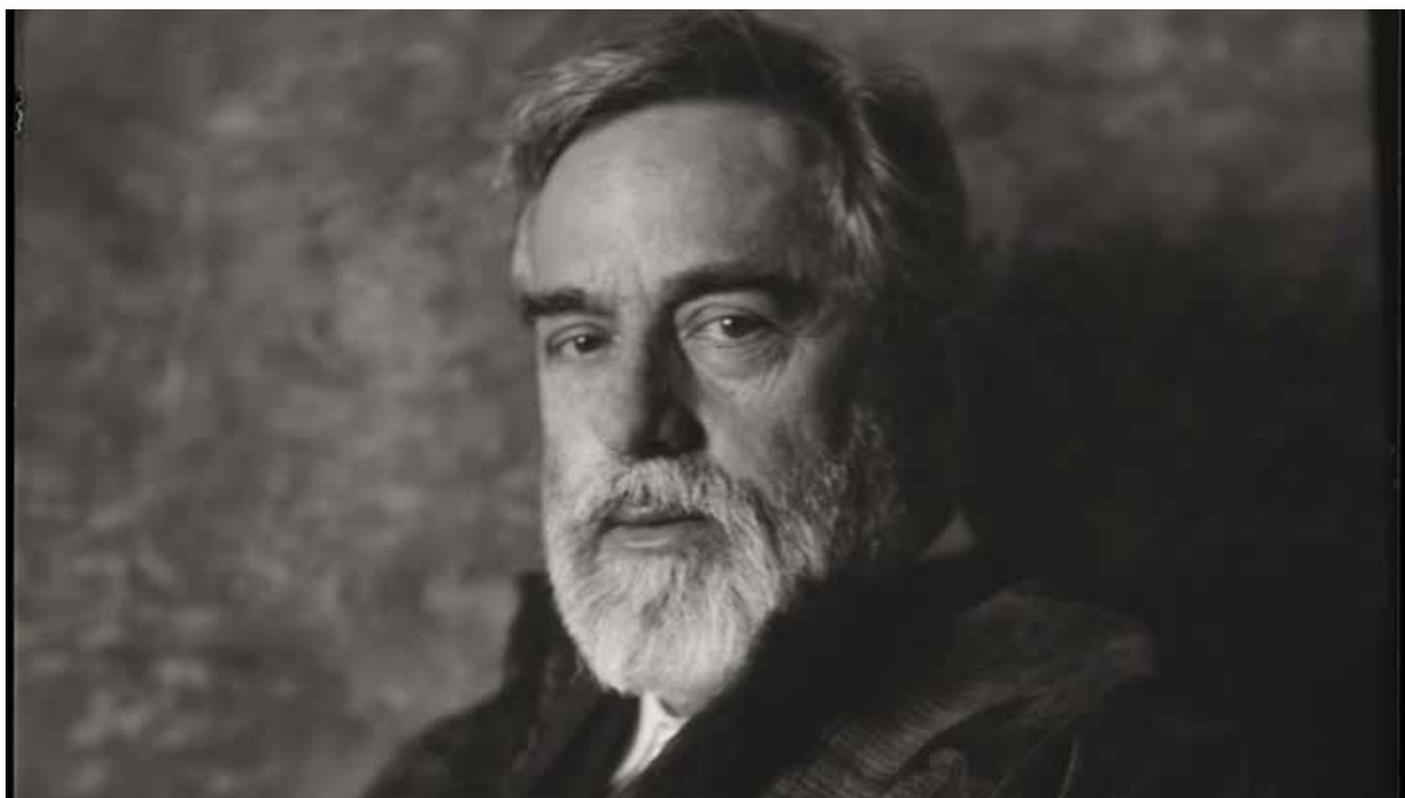
[www.incontropiede.it](http://www.incontropiede.it)



## APPUNTAMENTO CON LA STORIA

# ABITI, TESSUTI E ANTICHI DIPINTI NELLA MOSTRA *I FORTUNY*: *UNA STORIA DI FAMIGLIA* VISIBILE A VENEZIA

di Diego Mazzetto



Mariano Fortuny y Madrazo (1871-1949).

Attraverso la mostra dal titolo "I Fortuny: *una storia di famiglia*" visitabile fino al 24 novembre nel 70° anniversario della morte di Mariano Fortuny y Madrazo, e in coincidenza con la 58a Biennale d'arte, Palazzo Fortuny di Venezia intende rendere omaggio al poliedrico artista spagnolo evidenziando l'importanza del contesto familiare nella sua formazione artistica. È un'attitudine, quest'ultima, che già Marcel Proust aveva sottolineato in Fortuny figlio. Secondo lo scrittore francese, è proprio riportando a nuova vita i disegni del passato che si rivela la sua potenza di artista: tale risultato fu possibile grazie a un'affinata sensibilità che veniva dal contesto familiare, e da un peculiare modo di raccogliere, studiare e rielaborare i reperti giunti da altri tempi e altre culture.

Per la prima volta un'esposizione è dedicata a Mariano Fortuny y Marsal (1838-1874) e al figlio Mariano Fortuny y Madrazo (1871-1949). Il riferimento alla Biennale non è casuale, né solamente d'occasione: infatti nel 1950, pochi mesi dopo la scomparsa di Mariano Fortuny y Madrazo, il Padiglione spagnolo – nel quale l'artista aveva esposto in più occasioni – dedicava una sala ai due Fortuny e ai pittori membri della famiglia Madrazo. Questa mostra fa proprie le ragioni di tale omaggio sviluppando le relazioni che intercorsero tra l'arte dei due grandi spagnoli. Due i filoni di ricerca privilegiati: quello della pratica della pittura, saldamente inserita nella tradizione europea degli antichi maestri, e quello della passione collezionistica, intesa come occasione di studio e rielaborazione





**Mariano Fortuny y Marsal (1838-1874).**

artistica. Mariano Fortuny y Marsal aveva coltivato il proprio interesse per l'antiquariato circondandosi di tessuti antichi, vetri, vasellame, statue, mobili, tappeti con i quali decorava il suo atelier. Tali manufatti fornivano un ampio campionario da cui attingere e prendere spunto per la composizione dei propri quadri, spesso trasformandoli o reinterpretandoli. Molti di quegli oggetti, oltre a numerose opere da lui dipinte, rimasero in famiglia dopo la sua prematura scomparsa. Altri furono venduti, ma la moglie Cecilia ne conservò un nucleo importante che nel 1889 fu trasferito a Venezia, prima a Palazzo Martinengo e infine a Palazzo Pesaro Orfei, attuale sede del Museo Fortuny. Dopo la morte dell'artista solo una piccola parte delle collezioni rimase a Venezia poiché, per volontà dello stesso Mariano e della moglie Henriette, molte opere furono donate a vari musei europei e si trovano attualmente a Barcellona, Castres, Londra, Madrid, Parigi.

Dal Museo Ermitage di San Pietroburgo è giunto in laguna un vaso di maiolica ispano-moresca con decorazioni in lustro metallico a riflessi dorati unico per dimensioni, qualità artistica, integrità: il Vaso del Salar, conosciuto anche come Vaso Fortuny, alto 117 cm e dotato di una base in bronzo zoomorfa disegnata dallo stesso Fortuny Marsal.

Pezzo importantissimo della sua collezione, fu venduto all'asta parigina immediatamente dopo la morte per una somma astronomica. È la prima volta che il vaso viene eccezionalmente concesso in prestito dal museo russo. Dal Museo del Prado è invece giunto, tra le altre opere, uno dei dipinti più significativi tra quelli di Fortuny Marsal: "I figli del pittore nel salone giapponese", magnifico olio su tela nel quale si vede il piccolo Mariano giocare con un tessuto decorato a motivi orientaleggianti.

Figurano nell'esposizione anche alcuni dei dipinti "orientalisti" per cui Fortuny padre era famoso e per i quali i collezionisti dell'epoca spendevano cifre folli. Ad esempio, "Arabo davanti a un tappeto" (olio su tela, National Collection of Qatar); "Incantatori di serpenti" (olio su tavola, Museo Puskin, Mosca); "Un marocchino" (acquerello, Museo del Prado, Madrid).

Splendida e ricca di suggestione l'ampia selezione di abiti che fecero conoscere al mondo il nome di Mariano Fortuny Madrazo: innanzitutto il Delphos, mantelli e cappe in velluto di seta, scialli Knossos in leggerissima garza provenienti da collezioni pubbliche e private, dall'Italia e dall'estero. E infine tessuti antichi, scudi, pugnali, armature preziosamente decorate, incisioni, acquerelli e disegni, modellini per scenografie, fotografie, strumenti da lavoro, per ricreare l'atmosfera di intensa creazione che animava il palazzo.

La mostra attuale ambisce a ricomporre in parte questa collezione così significativa non solo per le sue valenze artistiche e culturali ma anche familiari e affettive, riportando nei suggestivi spazi di Palazzo Fortuny alcuni degli oggetti e delle opere più importanti che componevano la raccolta.

Di questo ammaliante universo alcuni aspetti rivelano una continuità di temi da padre a figlio. Oltre a quelli già menzionati, l'attenzione alla luce e alle sue infinite metamorfosi, la fascinazione per la rappresentazione delle nuvole, lo studio mai interrotto del passato, l'orientalismo, i viaggi. Nel suo percorso creativo Mariano Fortuny figlio ampliò gli orizzonti della propria ricerca artistica, interpretando in modo personale l'ideale wagneriano di opera d'arte totale che tanto lo aveva affascinato in gioventù. Se nella pittura la tecnica e la felice mano del padre rimangono insuperate, è nella versatilità di applicazione del proprio ingegno che il figlio rivela i suoi numerosi talenti. Combinando arte e scienza, arte e tecnologia, egli spazia dai campi della pittura e della scultura alla fotografia, alla grafica, alla decorazione di interni, all'abbigliamento, alla scenografia, all'illuminotecnica, producendo tessuti, abiti, colori a tempera, brevettando invenzioni tecnologiche, creando una florida attività imprenditoriale, dando vita a quell'insieme sfaccettato ma coerente che è il marchio "*Mariano Fortuny Venise*".

Una mostra, quella veneziana, che mette in relazione la genialità di un padre e di un figlio senza dimenticare il terzo protagonista della storia, l'antico palazzo di famiglia che rappresenta il luogo che indubbiamente ha la forza di dare corpo alla visione e all'immaginario di questi geniali uomini del passato.



# 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](http://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](http://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](http://www.wilbra.com) - e-mail: [info@wilbra.com](mailto:info@wilbra.com)

# Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su  
[www.lovatoforniture.it](http://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](mailto: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](mailto:lanzi@lanzinastrificio.com)  
[www.lanzinastrificio.com](http://www.lanzinastrificio.com)

# BELLO, PRATICO, INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



PER INFORMAZIONI: [WWW.LOVATOFORNITURE.IT](http://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](http://www.macshoes.it) . E-mail: [info@macshoes.it](mailto:info@macshoes.it)



# BUSINESS SHOES ANNUNCI

Business Shoes declina ogni responsabilità per la veridicità o l'esattezza degli annunci pubblicati [business.shoes@libero.it](mailto: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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**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](mailto:lovatofed@virgilio.it)



**Smacchiatore LUXOR e TETRAL  
Plus per pelli, tessuti e vernici**  
[www.lovatoforniture.it](http://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](mailto:info@larps.it); [www.larps.it](http://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](mailto:info@guadagninsrl.it)



In vendita esclusiva  
da Federico Lovato  
tel. 041-466334  
[www.lovatoforniture.it](http://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](http://www.grafitex.it) | [www.argex.it](http://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