



BUSINESS shoes

NOVEMBRE | DICEMBRE
DUEMILA 19

www.businessshoes.it

magazine

RIVISTA DI INFORMAZIONI E SERVIZI DEL SETTORE CALZATURIERO E PELLECCIAI



A **GIORGIO ARMANI** IL PREMIO
ALLA CARRIERA AI **FASHION AWARDS**



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

MADE IN ITALY, TUTTI NUMERI DELL'EXPORT CALZATURIERO

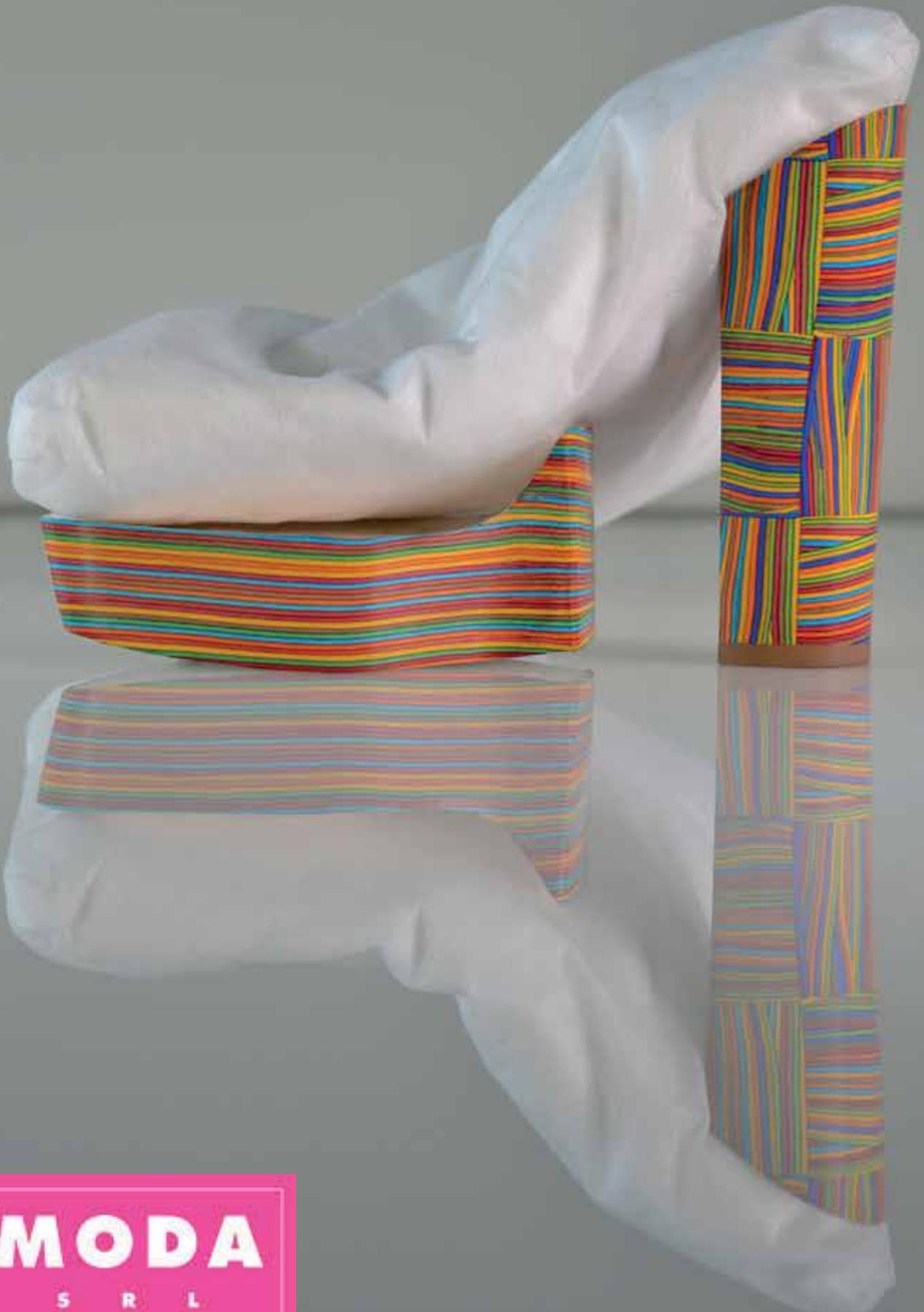
Complessivamente sono stati venduti all'estero, includendo le operazioni di pura commercializzazione, 106,9 milioni di paia di scarpe Made in Italy (1 milione in meno su gennaio-giugno 2018), per 5,08 miliardi di euro (nuovo record assoluto in valore per il periodo considerato, anche al netto delle dinamiche inflattive).

Accanto a realtà in espansione, anche forte, vi sono molte imprese con marchio proprio e dimensioni piccole, medie e medio/grandi – che costituiscono l'ossatura dei distretti (oltre l'80% delle aziende calzaturiere ha infatti meno di 20 dipendenti, e quelle con più di 50 addetti sono meno del 5%) – ancora in difficoltà, certamente non favorite da trend recessivi della domanda in molti importanti mercati. Nella Ue, oltre alla Francia (+11,8% in valore, +13,4% in paia), trend moderatamente favorevoli per Regno Unito e Spagna; flettono invece Germania (-8% in volume e -2,4% in valore), Paesi Bassi e Belgio. Nel complesso l'Unione Europea – cui sono dirette sette calzature su dieci esportate – mostra un +3,9% in valore ed una tenuta in quantità (+0,6%).

I mercati extra-UE evidenziano globalmente risultati più premianti in valore, +10,4%, ma anche un arretramento del 4% in volume. Accanto alla crescita dei flussi diretti in Svizzera, trova conferma il trend negativo in Russia (scesa di un ulteriore -19,5% quantità e -17% valore), Ucraina (-1,7% volume) e Kazakistan (addirittura -26,3%). Performance insoddisfacenti anche in Medio Oriente (-15% quantità e -7,5% valore nell'insieme), con un -7,8% in volume per gli Emirati Arabi.

Nord America in aumento in valore (+12%), ma con flessioni attorno al 4% in paia, sia per gli USA (dove la guerra dei dazi in atto con la Cina ha iniziato a colpire gli accessori moda, tra cui alcune voci relative alle calzature), che per il Canada. Crescita a doppia cifra in valore anche per il Far East (+10,2% globalmente), che cala lievemente in volume (-1,1%). Cina continentale e Hong Kong segnano aumenti in valore nell'ordine del +10% (ma nelle quantità cresce solo Hong Kong, +3,8%, mentre la Cina è pressoché stabile, +0,3%); l'aggregato "Cina+Hong Kong", divenuto il 5° mercato di sbocco in valore, mostra aumenti del 2% in volume e dell'11,7% in valore. Dopo la forte espansione negli anni recenti, nuovo incremento del 12% circa per la Sud Corea (stabile nelle paia), che le ha permesso di affacciarsi nella top10 dei paesi di destinazione. Il Giappone resta invece in sofferenza: +5,2% in valore, ma a fronte di una riduzione vicina al 10% nelle quantità.

Nicola Brillo



MODA
S R L

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



SOMMARIO

N. 31 ANNO VII - Bimestrale
novembre - dicembre 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 Made in Italy, tutti numeri dell'export calzaturiero
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** GIORGIO ARMANI il premio alla carriera al BRITISH FASHION AWARDS 2019
- 12** INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA, primo semestre 2019 l'export nazionale CRESCE DEL +7,1% in valore
- 14** Insediato il COMITATO di indirizzo del POLITECNICO CALZATURIERO della Riviera del Brenta
- 18** PITTARELLO: dal banco del mercato ai grandi magazzini UN SECOLO DI STORIA nel commercio delle CALZATURE
- 22** A PAOLA RATTAZZI la 24[^] EDIZIONE del PREMIO SCARPETTA D'ORO
- 24** SCARPA diventa sponsor della NAZIONALE ITALIANA di SCIALPINISMO
- 28** GRANDE FESTA a Castelfranco Veneto per la 21[^] EDIZIONE del premio RADICCHIO D'ORO
- 30** ADDIO a FERDINANDO MORO: FONDATORE del calzaturificio MAFER
- 34** Continua la corsa dell'IRLANDA
- 38** APPUNTAMENTO CON LA STORIA
GIAMBATTISTA TIEPOLO A PIOVE DI SACCO
- 44** BUSINESS SHOES annunci

www.businessshoes.it





ATLANTE BREVI DAL MONDO



IL POLITECNICO CALZATURIERO LANCIA DUE PROPOSTE FORMATIVE

Il mondo del lavoro richiede profili professionali sempre più qualificati. E' determinante la scelta di percorsi di studi validi ed efficaci. Una risposta è il corso di Tecnico Superiore per Fashion Shoes Coordinator dell'ITS Cosmo Calzatura. Un iter di formazione organizzato dal Politecnico Calzaturiero che offre due anni di specializzazione, con l'obiettivo di istruire tecnici superiori di processo e di prodotto. Figure capaci di progettare la scarpa e realizzarla: dal disegno, allo sviluppo dei modelli, dalla costruzione del prototipo, alla raccolta della documentazione che consente di gestire il processo manifatturiero, fino all'utilizzo delle tecnologie CAD 2D-3D e Prototipazione Rapida. "Dall'inizio del mio mandato ho messo al centro il tema del lavoro - dichiara il Presidente di Confindustria Venezia-Rovigo Vincenzo Marinese -. In questo contesto, il Politecnico Calzaturiero rappresenta un asset fondamentale, perché permette di qualificare i professionisti del domani attraverso proposte di alto profilo". Il percorso biennale, riconosciuto a livello europeo, prevede una struttura mista che affianca alla teoria (1200 ore di lezione) la pratica (800 ore di stage). Una seconda proposta, offerta nell'ambito del Programma Garanzia Giovani, è la work experience specialistica per Product Manager del settore moda e abbigliamento. Il corso, rivolto a giovani disoccupati o inattivi di età compresa fra i 18 e i 29 anni e domiciliati in Veneto, è gratuito e comprende 200 ore di lezione in aula e laboratorio e 4 mesi di stage retribuito in azienda. Fornisce le competenze di base per progettare e sviluppare capi di abbigliamento con tecniche manuali e l'uso di software. "L'istruzione scolastica difficilmente coltiva le competenze tecniche degli studenti. Il Politecnico Calzaturiero invece - afferma il Presidente Franco Ballin - da quasi un secolo è la struttura di formazione, trasferimento tecnologico e servizi del Distretto Calzaturiero della Riviera del Brenta".

BELLÒ CONFERMATO VICEPRESIDENTE DEL GRUPPO GIOVANI DI ASSOCALZATURIFICI

Federico Bellò è stato eletto per la seconda volta consecutiva vicepresidente del Gruppo Giovani di Assocalzaturifici. La conferma è giunta in occasione dell'Assemblea nell'ambito del 34° Convegno Nazionale dei Giovani di Confindustria a Capri. Classe 1980, Federico è socio del Calzaturificio Bellò di Vigonovo, che gestisce con la sorella Francesca. Nell'azienda di famiglia, fondata dal padre Paolo nel 1962, si occupa del coordinamento dei campionari e della produzione. Insieme a lui compongono la squadra di Presidenza, guidata per il prossimo quadriennio da Elisa Lanciotti (Calzaturificio Lancio di Montegrano, FM), Sara Cuccu (Loriblu di Porto Sant'Elpidio, FM), Anna Fidanza (Condor Trade di Verolanuova, BS) e Umberto Portogallo (Calzaturificio Florence di Aversa, CE). A rappresentare la Riviera del Brenta sono anche Stefano Zampieri (Gritti Srl) e Federico Marcon (Valbrenta Srl), che hanno fatto il loro ingresso nel Comitato di Lavoro



PER LE ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY OPPORTUNITÀ PER 45 MILIARDI DI EURO

L'Italia è campione di qualità nel mondo attestandosi al terzo posto nella classifica internazionale degli esportatori dei beni finali di consumo di fascia alta. Le eccellenze del made in Italy (il bello e ben fatto) valgono 86 miliardi di euro di export nel mondo, rappresentano il 15,6 per cento delle esportazioni complessive dell'Italia e sono trasversali a tutti i principali comparti. È quanto emerge dalla decima edizione di "Esportare la Dolce Vita", il rapporto realizzato dal Centro Studi di Confindustria con il sostegno di Sace Simest, la collaborazione con la Fondazione Manlio Masi e il contributo di Confindustria Ceramica, Cosmetica Italia, Federalimentare e Ucina. La ricerca quest'anno si focalizza su "Il potenziale dei beni finali di consumo belli e ben fatti sui mercati esteri" con l'obiettivo di fornire un quadro delle aree geografiche, i settori su cui puntare e il tipo di concorrenza con cui è necessario misurarsi. I prodotti belli e ben fatti (BBF) sono tutti quei beni finali di consumo che l'Italia esporta a prezzi elevati e che si contraddistinguono per design, cura, qualità dei materiali e delle lavorazioni, contribuendo a diffondere nel mondo l'immagine dell'Italian way of life. La studio stima per il BBF un ulteriore potenziale di export di quasi 45 miliardi di euro, di cui 33,5 mld verso i paesi avanzati e 10,9 verso gli emergenti. I paesi avanzati su cui puntare sono: Stati Uniti (8,2 miliardi di euro), Germania (3,3 miliardi), Giappone (2,6 miliardi), Regno Unito (2,5 miliardi) e Francia (2,1 miliardi). Tra le economie emergenti i mercati principali risultano Cina (3,3 miliardi di euro), Emirati Arabi Uniti (1,3 miliardi), Qatar (0,8 miliardi), Arabia Saudita (0,8 miliardi) e Russia (0,6 miliardi). Stati Uniti, Cina e Germania sono quindi i principali mercati per opportunità di export, anche se per ragioni diverse. Per quanto riguarda i settori, oltre a quelli che rientrano nelle cosiddette "tre F" di fashion, food, furniture, i comparti a più alto contenuto di prodotti di qualità ed eccellenze spaziano su un'ampia gamma che va dalla cosmetica alla ceramica, dalla nautica ai motocicli. Tutti settori che sono stati tra i più dinamici dopo la crisi del 2008. L'Italia, inoltre, è prima al mondo per quote di BBF in Legno e arredo, Pelletteria, Calzature, Tessile e abbigliamento.



Artigiani **ORAFI** Associati

PARTNERS

idd

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

GIORGIO ARMANI IL PREMIO ALLA CARRIERA AL BRITISH FASHION AWARDS 2019



di Diego Mazzetto

Lo scorso 2 dicembre, presso la Royal Albert Hall di Londra, Giorgio Armani ha ricevuto il riconoscimento più prestigioso ai British Fashion Awards 2019: la moda inglese ha deciso di onorare lo stilista con il premio alla carriera.

“Siamo entusiasti – ha dichiarato Caroline Rush, amministratore delegato del British Fashion Council - di riconoscere a Giorgio Armani questo premio. In oltre quattro decenni, il contributo offerto da Armani all’industria della moda è davvero eccezionale. Rinomato per la

sua visione di uno stile senza tempo e per la capacità dei suoi marchi di mantenere la loro rilevanza, ha saputo indicare la via che altri brand hanno poi seguito”.

In evidenza, nel corso della serata, anche Daniel Lee, nuovo direttore creativo di Bottega Veneta, premiato come designer dell’anno *“per il tocco moderno sullo stile classico della maison”.*

I British Fashion Awards sono la manifestazione più importante per la raccolta fondi del British Fashion Council, un’organizzazione no profit il

cui intento è di promuovere l’eccellenza della moda britannica e sostenere i giovani stilisti.

L’Outstanding Achievement è conferito ogni anno a una personalità capace di dare un fondamentale contributo all’industria della moda, e di rimodellarlo nel corso del tempo grazie alla sua creatività e alla capacità di innovazione.

Giorgio Armani nel corso della serata ha presentato la sua ultima collezione di alta moda *Armani Privè* e ha regalato al pubblico londinese una performance a sorpresa dell’amico di lunga

data Eric Clapton che si è esibito suonando e cantando. Dopo il premio, Tom Cruise, Julia Roberts, Cate Blanchett, Eric Clapton, Lauren Hutton, Alexander Skarsgard, Yasmine Le Bon e Stella Tennant si sono uniti a Giorgio Armani e alla nipote Roberta per condividere il prestigioso riconoscimento con una speciale serata presso l'Harrys Bar.

Una storia di grande successo quella di Giorgio Armani, considerato tra i più importanti esponenti della moda internazionale, una storia costellata però anche di fatica, delusioni e momenti negativi.

Nato a Piacenza nel 1934, Armani nel 1949 si trasferì con la famiglia a Milano, dove si diplomò al liceo. Iscrittosi alla facoltà di medicina dell'Università Statale, dopo tre anni lasciò gli studi per il servizio militare, terminato il quale tornò a Milano impiegandosi come vetrinista e commesso alla Rinascente fino al 1965.

In quell'anno fu assunto da Nino Cerruti, che

aveva notato le sue qualità nell'ambito della moda, per ridisegnare la moda del marchio Hitman.

La sua prima collezione risale al 1975, anno in cui fonda l'azienda con il proprio nome insieme a Sergio Galeotti, poi scomparso prematuramente. Fin da subito, sulla passerella di Armani comparvero alcuni elementi chiave della sua moda che ne segnarono la fortuna: la giacca da donna modellata su quella maschile, ma destrutturata, che diventò la divisa delle nuove donne in carriera bisognose di praticità nell'eleganza.

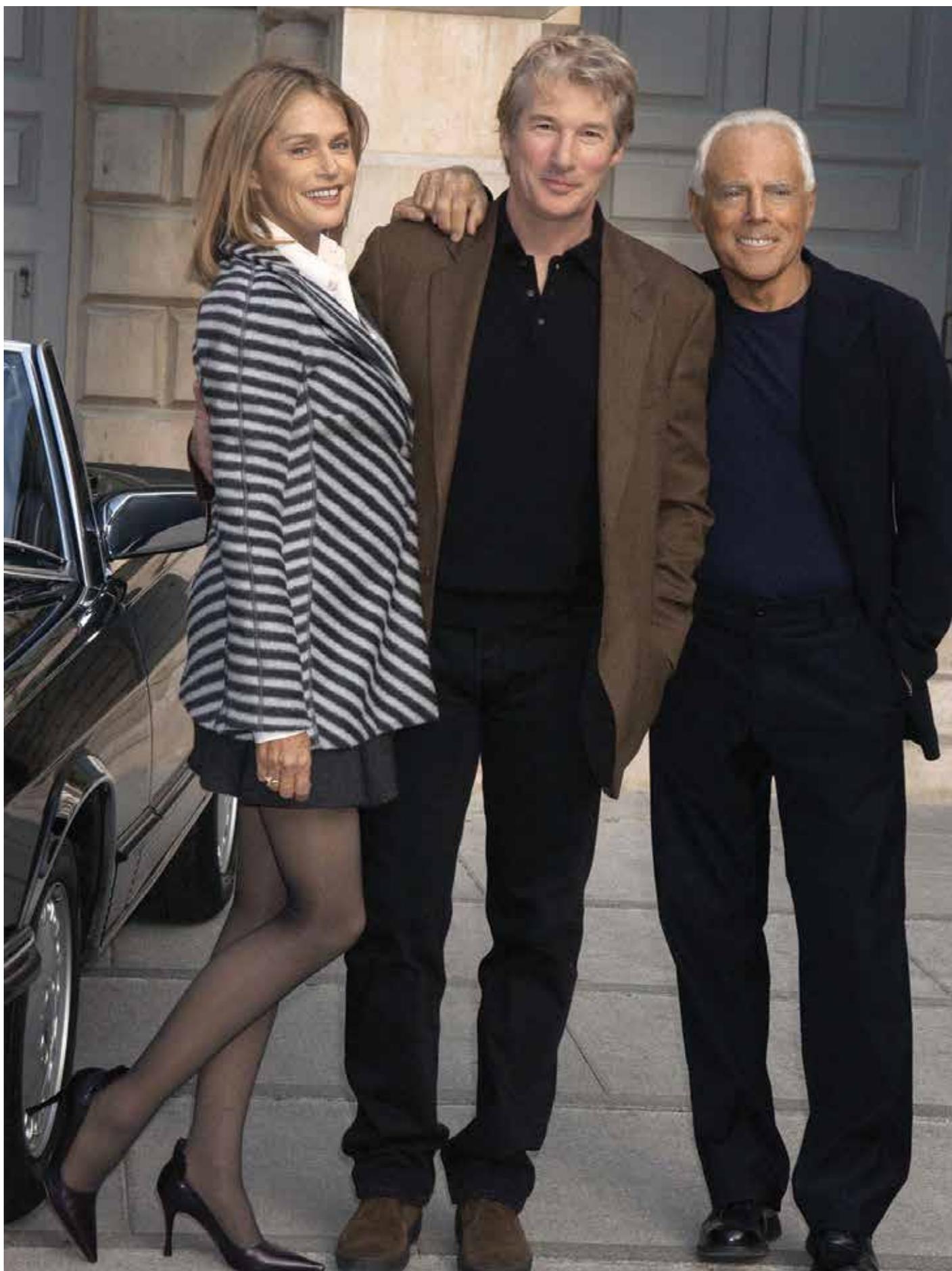
Stessa rivoluzione fu applicata agli abiti maschili allora troppo rigidi, le sue giacche flosce, la morbidezza delle stoffe e i colori sfumati restituirono l'immagine di un uomo elegante, ma non austero, vanesio, ma non stravagante.

Il successo internazionale di Giorgio Armani non tardò ad arrivare: nel 1978 Diane Keaton ritirò l'Oscar per "Io e Annie" indossando una giacca

Armani.

Nel 1980 i suoi abiti furono indossati dalla star nascente del cinema Richard Gere in "American gigolò", il film che rese popolare lo stilista in tutto il mondo. Non a caso nel 1982 si guadagnò la copertina del "Time" che lo celebrò scrivendo: "*I vestiti sono la stoffa della storia e la texture del tempo. E questo tempo, proprio ora, appartiene a Giorgio Armani*". Nell'anno successivo il Council of Fashion Designers of America lo premiò come stilista dell'anno. La sua moda fu subito amata dalle star, ma anche dalla gente comune che trovò nelle sue collezioni la risposta alle nuove esigenze dei tempi: la portabilità dei capi è, infatti, uno dei valori della moda di Giorgio Armani. Nel frattempo egli iniziò la sua espansione: nel 1981 intuì la necessità di creare delle collezioni meno costose, così aprì il marchio *Emporio Armani* con il celebre aquilotto come logo e la linea denim *Armani Jeans*. Nel 1991 fu la volta della linea fast fashion *Armani*





Giorgio Armani con Richard Gere e Lauren Hutton nel 2003

Exchange, nel 2000 *Armani Collezioni* e *Armani Casa*, nel 2004 *EA7* la linea d'abbigliamento sportivo che fu ispirata dall'allora calciatore del Milan Shevchenko. Anche per i bambini fu creata una linea: dai 0 mesi ai 16 anni si poté vestire l'eleganza Armani della collezione Junior. L'eleganza Armani ha oltrepassato i confini della moda e oggi il nome è impresso anche su due hotel di lusso a Dubai e a Milano nei cui interni regna l'eleganza, la misura, il design pulito, i colori rilassanti e sofisticati che definiscono lo stile Armani. Tra la fine degli anni '70 e i primi anni '80 Giorgio Armani fu tra i personaggi che più contribuirono

al successo del Made in Italy e a fare di Milano la capitale della moda che è ancora oggi, ma ebbe sempre grande lungimiranza: basti pensare che nel 1981 fece una sfilata evento a Tokyo e nel 1987 una a Mosca, città che diventeranno centri strategici di espansione. Nel 2000 il museo Solomon R. Guggenheim di New York gli dedicò una mostra celebrativa dei suoi primi venticinque anni di attività raccogliendo 500 vestiti: dai tailleur con le giacche destrutturate degli anni '70 agli abiti delle donne in carriera degli anni '80, i neri, i grigi, una sezione dedicata ai fiori e alcuni look scolpiti nella memoria collettiva perché indossati

in alcuni tra i più celebri film di Hollywood o sui tappeti rossi dalle grandi star del cinema che conservano con questo marchio un legame speciale. I grigi perlati, il rosso tibetano, il blu del profondo mare evocano la sua amata Pantelleria dove trascorre moltissimo tempo e l'Oriente le cui filosofie lo affasciano al punto da riuscire a tradurre nei suoi abiti una spiritualità inusuale e tipicamente Giorgio Armani.

Da quel lontano momento che vedeva un ragazzo pieno di belle speranze allestire le vetrine della Rinascente di Milano a oggi, tanta strada è stata percorsa da *Re Giorgio* (come è chiamato lo stilista in Inghilterra).

Ai nostri giorni Armani è un'indiscussa istituzione della moda, è il nome che accoglie i viaggiatori in arrivo a Milano (la gigantesca insegna di Emporio Armani all'aeroporto di Linate si stima sia vista da circa 200 milioni di persone all'anno), controlla attraverso la G.A. Operations un calzaturificio a Fossò, nella Riviera del Brenta, distretto dove si producono le più belle scarpe del mondo, ma è anche produttore di vino (in modeste quantità) attraverso le viti che coltiva nella sua villa a Pantelleria, suo luogo del cuore. Tutto questo e molto più è Giorgio Armani, una persona schietta che ha saputo circondarsi di persone care e fidate, collaboratori, famigliari, amici stretti. Un uomo fermamente convinto del fatto che, dopo di lui, i suoi successori potranno portarne avanti i valori diventando, se possibile, ancora più *Armani*.

Tra le vie ciottolate del centro milanese, dentro la *Libreria del Mare* dove trova le sue letture predilette, nelle immagini di *Hokusai* che, colme di onde dove pare potercisi tuffare egli trova la sua ispirazione, lì si può ritrovare Giorgio Armani: lo stilista che beve caffelatte e croissant al mattino e che al mare dopo mangiato lava i piatti. Lo stilista che mette i calzini bianchi in cotone grosso, la personalità carismatica e misteriosa che ammette di avere ogni giorno qualcosa da imparare dal proprio lavoro, che affascina ed esercita l'estro dopo tanti anni, continuando a regalare sempre il tocco di genio in grado di incantare ed emozionare.



INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA, PRIMO SEMESTRE 2019 L'EXPORT NAZIONALE **CRESCE** **DEL +7,1%** IN VALORE



Le calzature made in Italy attraggono i mercati esteri: nei primi sei mesi del 2019 l'export italiano del comparto ha registrato un significativo +7,1% in valore (il prezzo medio ha raggiunto la cifra di 47,55 euro/paio, +8,2%). Il dato emerge dal report sull'Industria Calzaturiera italiana-Primo semestre 2019, elaborato dal Centro Studi di Confindustria Moda per Assocalzaturifici.

La fotografia scattata dalla nota congiunturale rileva come, malgrado la performance delle

esportazioni, persistano nello scenario attuale alcune difficoltà dovute in primis alla cronica debolezza dei consumi interni, che hanno registrato nella prima metà dell'anno in corso un'intensificarsi della contrazione degli acquisti delle famiglie (-3,7% in quantità, con trend ben più severi per il dettaglio tradizionale).

A questo quadro va ad aggiungersi un panorama di incertezze dovute alle situazioni internazionali: dal probabile protrarsi di tensioni commerciali e venti protezionistici, al

rallentamento di significative economie (Cina e Germania su tutte), alla mancata ripartenza di mercati di fondamentale importanza per alcuni distretti calzaturieri. Basti pensare alla Russia che, dopo la battuta d'arresto del 2018, registra nuovamente cali superiori al 15%), fino alle incognite su tempi e modalità della Brexit, col pericolo "no deal" sempre incombente.

"Per superare questo momento non facile è necessario investire su noi stessi e sulle nostre competenze - afferma Siro Badon, presidente

di Assocalzaturifici -. È fondamentale formare nuove figure professionali in grado di innovare le aziende del calzaturiero Made in Italy e coniugarsi al meglio con la nostra tradizione e gli standard di eccellenza che caratterizzano la nostra produzione. La formazione, affiancata da mirate strategie di internazionalizzazione e da importanti iniziative fieristiche tra cui il Micam, è la risposta concreta con cui possiamo avviare un processo di rilancio del calzaturiero italiano e confermarne il primato nel mondo. Un settore fondamentale per la nostra economia e che può far da volano all'intero sistema Paese".

Sul calo dei numeri delle aziende in Veneto il presidente di Assocalzaturifici Badon commenta: "Negli anni precedenti la nostra regione è sempre cresciuta più di altre, un assestamento credo sia normale. A questo si aggiunge una tendenza sempre più viva del mercato a favore delle sneaker".

Sono tre le anime del calzaturiero veneto: i "grandi numeri" del distretto del Veronese, lo sport e l'outsourcing del Trevigiano e il lusso estremo della Riviera del Brenta. Ognuna di esse si confronta in maniera differente con le varie crisi internazionali. Dalla Brexit alla Russia, al tema dei dazi Usa-Europa ("per ora non colpiscono le nostre calzature"), fino alle recenti manifestazioni ad Hong Kong. "La città asiatica era un mercato importantissimo per il lusso e ha subito contraccolpi importanti", spiega Badon. "La crescita in valore dell'export delle nostre calzature e la contemporanea decrescita nei numeri delle vendite si deve anche ad una situazione macro difficile da decifrare - commenta ancora -. La Riviera del Brenta a livello nazionale è quella che soffre meno, grazie alla collaborazione con le griffe internazionali e un prodotto di qualità».

L'evoluzione nel complesso premiante delle vendite estero, che ha spinto l'attivo del saldo commerciale dei primi 6 mesi ad un consolidamento significativo (+10,7%), nasconde in realtà un'ampia eterogeneità di performance aziendali. Accanto ai brillanti risultati realizzati da molte griffe internazionali del lusso cui diverse aziende fanno da terzista

(come dimostrano le crescite rilevanti dei flussi verso la Svizzera, tradizionale hub logistico-distributivo dei grandi brand, e verso la Francia) c'è un numero non trascurabile di imprese che, in un contesto così complesso, ancora stentano ad invertire la rotta e ad intraprendere dinamiche favorevoli. Non mancano mercati in espansione (Nord America e Far East segnano aumenti a doppia cifra in valore), ma l'incremento risulta spesso accompagnato da contrazioni in volume (prossime al -4% per USA e Canada; più contenute, -1,1%, per i Paesi dell'Estremo Oriente, con il Giappone in affanno).

Nel dettaglio, la produzione è scesa del -2,3% in volume, dato che nelle aziende più piccole del campione intervistato (sotto i 15 milioni di fatturato) si attesta sul -4,5%, mentre sul piano dei consumi interni l'unico comparto in salute è quello delle scarpe sportive/sneakers (+0,8% quantità e +2,9% in valore), a fronte di un calo sensibile delle calzature "classiche" per uomo e donna (rispettivamente del -9,5% e del -8,3% in volume).

Per quanto riguarda i canali di vendita, continua l'incremento dell'online (+10,3% in volume e +17,3% in spesa), che ha coperto l'11% in quantità del totale acquisti del semestre, mentre sono in sofferenza il dettaglio tradizionale (-11% le paia vendute, con una diminuzione

prossima al 16% in spesa) e l'ambulantato (flessioni attorno al -14%).

Sul fronte occupazionale, prosegue il calo nel numero di aziende e nella forza lavoro del settore: il primo semestre 2019 ha chiuso con un saldo di -119 calzaturifici (tra industria e artigianato), pari al -2,6%, e -492 addetti (-0,7%) su dicembre 2018. Gli arretramenti si fanno ancor più pesanti considerando, oltre ai calzaturifici, i produttori di componentistica (-75 aziende e -493 addetti): nell'insieme, dunque, -194 imprese e -985 addetti rispetto a fine 2018. A livello geografico, saldi negativi nel numero di aziende per tutte le sette principali regioni calzaturiere, con la sola eccezione della Lombardia (+13 unità); quanto al numero di addetti, una crescita per Toscana (+117 lavoratori) e Puglia. Le Marche (come già nel 2018) sono la regione con i saldi negativi più marcati, sia nelle unità produttive (-95) che negli addetti (-1.164).

Il numero di imprese attive di Emilia Romagna e Campania si contrae, rispettivamente, di 12 e 6 unità, con la perdita di 149 e 128 addetti. 57 i lavoratori in meno in Lombardia (-0,8%). Infine, le ore di cassa integrazione autorizzate per le imprese della filiera pelle sono salite nei primi 6 mesi del +27,1%, sfiorando i 4 milioni di ore.



Siro Badon

INSEDIATO IL **COMITATO** DI INDIRIZZO DEL **POLITECNICO** **CALZATURIERO** DELLA RIVIERA DEL BRENTA



Il Politecnico Calzaturiero della Riviera del Brenta pone le basi per un futuro polo formativo tecnico professionale a servizio dell'industria della moda italiana. È questo l'obiettivo del comitato di indirizzo che si è insediato nella sede di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo.

Lo annunciano il Presidente dell'Associazione degli Industriali di Venezia Vincenzo Marinese e il Presidente del Politecnico Calzaturiero Franco Ballin. Il gruppo di lavoro è formato da

autorevoli rappresentanti del mondo economico, finanziario, imprenditoriale e formativo, con grande esperienza in ambito internazionale e una spiccata sensibilità ai temi dell'istruzione e della preparazione dei giovani.

“Con l'istituzione di questo comitato, il distretto calzaturiero della Riviera del Brenta potrà creare una fitta ed efficace rete di relazioni che consentirà di ampliare i propri ambiti di azione. Ringrazio quindi il Vicepresidente del Politecnico Paolo Bastianello per l'eccellente lavoro di

squadra che ha svolto” dichiara Vincenzo Marinese, Presidente di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo.

“Un plauso all'impegno di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, per la visione dimostrata nel porre le basi di un collegamento tra Venezia, Vicenza, Firenze, Roma e Napoli. Il Politecnico Calzaturiero potrà rappresentare la spina dorsale della formazione tecnico professionale per un fondamentale comparto della manifattura italiana, quale

l'industria della moda" afferma Vincenzo Boccia, Presidente Confindustria e Luiss.

Ne fanno parte (in ordine alfabetico): Simonetta Acri Responsabile segmento MID e Pmi SACE- SIMEST e Cda SIMEST Spa, Siro Badon Presidente Assocalzaturifici, Giuseppe Baiardo Presidente Acrib Servizi, Enzo Baio Agente di commercio, Franco Ballin Presidente Politecnico Calzaturiero, Paolo Bastianello Vicepresidente Politecnico Calzaturiero e Presidente Education SMI, Barbara Beltrame Vicepresidente Confindustria Vicenza con delega all'Education e imprenditrice nel settore acciaio, Vincenzo Boccia Presidente Confindustria e Luiss, Alberto Bombana imprenditore del settore chimico - abbigliamento, Tiziano Busin imprenditore del settore chimico e fondatore Veneto Work, Stefano Chiassai stilista, Stefano Cuzzilla Presidente Federmanager e 4.Manager, Silvio Fortuna Presidente Fondazione Università di Vicenza e Presidente Arlinea, Claudio Gentili esperto di formazione, Antonella Mansi Presidente Centro Firenze Moda Italiana, componente Cda Luiss e Vicepresidente Confindustria, Claudio Marenzi Presidente Pitti, Herno Spa e Confindustria Moda, Vincenzo Marinese Presidente Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, Bruno Martino imprenditore Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo e Presidente

Novarex, Gianpiero Menegazzo Direttore Venezia Confindustria Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, Stefano Miotto Amministratore Delegato Politecnico Calzaturiero, Carlo Palmieri consigliere amministrazione Polimoda, Yamamay, Carpisa e Vicepresidente SMI con Delega al Mezzogiorno, Paolo Scaroni Vicepresidente Esecutivo Rothschild Bank e Board Columbus University, Mauro Tescaro Direttore Politecnico Calzaturiero.

Il comitato di indirizzo doterà il Politecnico, già eccellenza veneta per la formazione tecnico professionale nel settore della scarpa, di un patrimonio di idee, progetti e relazioni che favoriranno un ulteriore sviluppo. Sarà un luogo di confronto di esperienze con gli imprenditori del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta, punto di forza del manifatturiero di alta qualità nel nostro Paese, con oltre 12.000 dipendenti e un giro d'affari di 2,5 miliardi.

"L'istituzione del comitato d'indirizzo è un'ottima idea - sottolinea Antonella Mansi, Presidente Centro Firenze Moda Italiana -. Politecnico Calzaturiero, Centro Firenze Moda Italiana, Polimoda, Fondazione Moda Campania rappresentano le principali tappe per un percorso sinergico a favore delle nostre aziende e dei nostri giovani, senza i timori e i campanilismi che tanto hanno rallentato la crescita nel nostro Paese"

"Ho sempre sostenuto, anche pubblicamente, la validità del Politecnico Calzaturiero della Riviera del Brenta, che auspico possa diventare un esempio per la formazione delle aziende aderenti a Confindustria Moda" dichiara Claudio Marenzi, Presidente Pitti, Herno Spa e Confindustria Moda.

"Sono molto lieto di partecipare a questo comitato. Federmanager, con i suoi 60.000 iscritti, condividerà con le PMI del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta idee e prospettive, per mantenere alta la competitività nei mercati futuri, sempre più lontani e complessi" evidenzia Stefano Cuzzilla, Presidente Federmanager e 4.Manager.

"Torno volentieri nella mia territoriale, felice di poter mettere a disposizione del Politecnico Calzaturiero e dei colleghi imprenditori esperienza e contatti internazionali" afferma Paolo Scaroni, Vicepresidente Esecutivo Rothschild Bank e Board Columbus University.

"Sono contenta di far parte di questa iniziativa, che colloca il Veneto tra i protagonisti di un progetto di ampio respiro e visione, mettendo al centro la formazione tecnico professionale dell'industria della moda" dichiara Barbara Beltrame, Vicepresidente Confindustria Vicenza con delega all'Education.





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



Tessma srl

Sede Operativa: Via 51° Stormo 5, 36016 Thiene (VI)

telefono: +39 0445 386250

email: info@tessma.it

o visita il nostro sito www.tessma.it

Con oltre 30 anni di esperienza nel tessile, siamo specializzati nella produzione di tomaie realizzate con tessuti elastici in un singolo pezzo e senza cuciture superflue, metodo che ha ottenuto il brevetto italiano VI 20140007

PITTARELLO: DAL BANCO DEL MERCATO AI GRANDI MAGAZZINI UN SECOLO DI STORIA NEL COMMERCIO DELLE CALZATURE



di Diego Mazzetto

Da ben tre generazioni la famiglia Pittarello è sinonimo di produzione e distribuzione di calzature. Iniziando dal semplice banco al mercato, fino ai grandi magazzini attuali, la loro storia ha inizio nel secolo scorso, quando la realizzazione di calzature sancisce il mestiere che avrebbe dato vita a un binomio indissolubile con questo cognome. Una storia degna di un romanzo, raccontata in un libro promosso dall'Amministrazione Comunale di Legnaro che ha voluto onorare i protagonisti degli antichi

mestieri del paese. Inizialmente i Pittarello svolgevano la professione di commercianti di bestiame e legno. E proprio con quel legno cominciarono a creare soles di scarpe scolpite. Nella vecchia bottega di Legnaro, negli anni Venti e Trenta del Novecento, Luigi, Demetrio ed Egidio Pittarello realizzavano *sgalmare* (scarponcino in pelle con suola di legno) e zoccoli. La vendita avveniva con dei semplici carretti nei mercati principali del territorio compreso tra le provincie di Padova e Venezia.

Nell'anno 1922, lo *zoccolificio Fratelli Pittarello* fu insignito della Gran Croce di Benemerenzza del lavoro con iscrizione al Libro d'Oro dei Benemeriti del Lavoro. L'anno successivo, il 1923, la fratelli Pittarello lavorazione zoccoli ricevette la Croce al Merito e Medaglia d'Oro all'Esposizione Generale delle Industrie e del Commercio di Venezia.

Al termine della seconda guerra mondiale i due fratelli Maurizio e Antonio, figli di Demetrio Pittarello, proseguirono l'attività dei genitori

continuando sul solco del commercio ambulante con tenacia e passione con la collaborazione delle mogli e della sorella Maria.

A un piccolo banco iniziale se ne aggiunse un altro e le vendite, così come i chilometri, aumentarono di anno in anno. Anche la squadra si allargò: Maurizio ebbe cinque figli, Antonio sei. Come da tradizione, gran parte di loro seguirono le orme dei padri e nel tempo contribuirono a una crescita imprenditoriale dai tratti incredibili. L'equipe di lavoro era costituita dal nucleo familiare cui si univano dipendenti e collaboratori, anche all'interno del laboratorio artigianale con sede nella casa di Legnaro.

Fino al 1972 i fratelli Pittarello collaborarono servendosi di due camion (due residuati bellici: un Dodge e un'Austin), grazie ai quali presenziavano, senza interruzioni, a due mercati al giorno nelle più affollate piazze del Veneto. Negli anni Cinquanta e Sessanta, dunque, riuscivamo a servire settimanalmente oltre

una decina di paesi con l'aiuto dei giovani figli che intanto avevano iniziato a dare un aiuto esponendo la merce nelle piazze durante le vacanze e la mattina presto, prima di andare a scuola. Il punto di differenziazione rispetto alla concorrenza è sempre stata la ricerca incessante di novità e lo spirito imprenditoriale. Soprattutto a partire dagli anni Sessanta, le calzature iniziarono a essere direttamente acquistate dalle fabbriche produttrici per essere poi rivendute nei mercati, con particolare attenzione alla clientela femminile. I banchi dei due fratelli, fino ad allora uniti in un'unica azienda, nel 1972 seguirono strade diverse, separandosi in due realtà distinte. Da una parte il gruppo con il marchio Elefante per i figli di Maurizio, dall'altra i figli di Antonio che mantennero il cognome associando il simbolo del coniglio. Nei mercati di allora furono gli unici ad avere una cassa e il prezzo fisso: introdussero una quotazione che non prevedeva negoziazione. Nasceva così

a poco a poco la cultura del prezzo fisso di oggi e dello *shopping* moderno.

I Pittarello "*dell'elefante*", dal dicembre del 1990 posero progressivamente fine all'attività di ambulanti e si dedicarono completamente all'apertura di punti vendita.

Uno dei primi negozi fu quello di Piazza De Gasperi a Padova, poi quelli delle spiagge di Jesolo e Lignano e molti altri in tutto il Nordest. Furono tra i primi ad avvalersi dei codici a barre, per un controllo di gestione efficace e un nuovo metodo di individuazione del prezzario, mentre la concorrenza continuava a punzonare sulle confezioni cartellini scritti a penna.

Seguirono negli anni successivi l'avvio di altri negozi in Veneto, Lombardia, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Puglia e Croazia; in tutte le iniziative furono promotori e precursori dello shopping di calzature in grandi spazi, arrivando a gestire direttamente da un magazzino centrale ubicato nella zona





industriale di Legnaro sessanta punti vendita per una superficie totale, compreso il magazzino, di circa 90.000 metri quadri.

Dopo i lusinghieri numeri di fatturato degli ultimi anni, con circa 650 dipendenti, l'Elefante di Pittarello è passato per una quota di maggioranza alla finanziaria 21 Investimenti facente capo alla famiglia Benetton con il nuovo nome di Pittarosso. Nel 2015 la proprietà del marchio è passata interamente al fondo di private equity britannico Lion Capital.

Chiediamo a Gianni Ivo Pittarello, una delle figure protagoniste dei successi della famiglia, se esiste qualche rimpianto per la cessione del marchio: *«No certo – egli afferma – cuore e dedizione oggi non bastano più. Il mercato non è più lo stesso e nemmeno il lavoro. L'azienda familiare regge quando è una PMI; ma, se si fa più grande, se si espande, ecco che sono necessarie competenze di gestione industriale. Ci vuole lo specialista, e chi si è fatto da solo non è uno specialista, né lo sarà mai. Va così, e non c'è niente da fare. Siamo stati bravi a "piantare" le aziende sul territorio, ma non a insegnare ai nostri figli e nipoti come cavarsela in questi tempi, che sono sempre più difficili»*.

Oggi l'azienda è considerata tra i maggiori protagonisti nella vendita al dettaglio di calzature e pelletteria, potendo vantare un assortimento senza paragoni in oltre 240 punti vendita in Italia e all'estero.



Gianni Ivo Pittarello



FASHION WALL LAB srl

via Capriccio, 3/a 35010 Vigonza, Padova
tel 049 5206623 @ info@fashionwall.it
www.fashionwall.it

TITOLARE DEI SEGUENTI "PATENT PENDING":

- calzatura decolleté e metodo di produzione della stessa, numero 102019000009855
- mocassino perfezionato e metodo di produzione dello stesso, numero 102019000009861



A PAOLA RATTAZZI LA 24[^] EDIZIONE DEL PREMIO SCARPETTA D'ORO



di Diego Mazzetto

Con l'opera *"Amici per la scarpa"*, Paola Rattazzi ha vinto la 24[^] edizione di Scarpetta D'Oro, il concorso d'illustrazione promosso da ACRiB - Sezione Calzature di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, con il contributo della Regione del Veneto, organizzato dal Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta, in collaborazione con il Politecnico Calzaturiero e Assocalzaturifici.

La cerimonia di premiazione si è svolta lo scorso 16 novembre al Palarcobaleno di Fossò, alla presenza di Silvia Bolla vicepresidente di

Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, Siro Badon presidente di Assocalzaturifici, Gabriele Michieletto consigliere della Regione del Veneto e Federica Boscaro sindaco del Comune di Fossò. Ben 157 le opere iscritte al concorso, realizzate da disegnatori professionisti e amatori provenienti da tutta Italia e dall'estero, 34 le classi che si sono sfidate nella sezione di scrittura e composizione creativa riservata alle scuole.

Cuneese di nascita, Paola Rattazzi vive e lavora a Torino. Si è laureata con lode all'Istituto

Superiore delle Industrie Artistiche di Urbino. Attiva nella grafica pubblicitaria per oltre quindici anni, dal 2011 si dedica esclusivamente alla pittura. Da dicembre 2018 a febbraio 2019 espone all'Ema Art Club nelle sedi di Londra dell'Agenzia Europea del Farmaco.

Al secondo posto si è classificata l'opera *"Un regalo per te"* di Rossella Tauro e al terzo *"Tutta un'altra storia"* di Lilia Migliorisi. A Lorella Alessandria, autrice dell'opera *"Ti senti allo stretto?"*, è stato assegnato il Premio *"Fondazione Ernesto Esposito"*. Cinque le menzioni d'onore

assegnate, altrettante le menzioni speciali. Le opere in concorso sono state esaminate dalla giuria composta da esperti di illustrazione, arte e comunicazione, presieduta da Andrea Artusi, sceneggiatore e illustratore.

Durante la cerimonia sono stati inoltre consegnati quattro riconoscimenti alle Scuole Primarie e Secondarie di primo grado, vincitrici del concorso di scrittura e composizione creativa titolato, quest'anno, "Colpo di tacco". Il primo premio è stato assegnato alla classe IV B della Scuola "L. Da Vinci" di Vigonovo, autrice della favola "Si può cambiare".

È invece "Tieni le mie scarpe" di Cristina Bini, l'illustrazione preferita dai cittadini della Riviera del Brenta, votata con il maggior numero di "Mi piace" nella pagina Facebook del Comune di Fossò, che ha ospitato la terza edizione della mostra diffusa "A piedi...", iniziativa collaterale a Scarpetta d'Oro.

Fino al 30 novembre scorso le opere segnalate dalla giuria sono state esposte nella sede del Politecnico Calzaturiero, che ha ospitato anche i laboratori didattici dedicati al tema della calzatura, cui hanno partecipato ben dodici Scuole Primarie del territorio con più di 400 alunni delle classi terze e quarte.

Oltre 450 persone, soprattutto studenti, hanno partecipato alla cerimonia di premiazione.

Particolare attenzione è stata dedicata al tema della sicurezza stradale, con l'intervento del Dirigente Superiore della Polizia di Stato, dott.ssa Cinzia Ricciardi, Dirigente del Compartimento della Polizia Stradale per il Veneto in Padova.

"Scarpetta d'Oro sta crescendo in modo straordinario. Il numero degli illustratori iscritti al concorso è aumentato del trenta per cento in un anno - ha sottolineato Silvia Bolla, Vicepresidente di Confindustria Venezia Area Metropolitana di Venezia e Rovigo -. Aumenta, nel frattempo, il prestigio del Premio, come dimostra la straordinaria partecipazione di artisti italiani e internazionali e si rafforza il suo radicamento nel territorio, grazie al coinvolgimento degli studenti e delle famiglie. Capitale di inestimabile valore che dobbiamo continuare a coltivare, anche attraverso iniziative lungimiranti e di valore come Scarpetta d'Oro".

"L'industria della scarpa ha dato molto a questo territorio, portando benessere e occupazione. Il settore moda, in Italia, occupa 560-580 mila persone, fra cinque anni mancheranno 50 mila addetti - ha dichiarato nel corso della presentazione Siro Badon, Presidente

di Assocalzatufirici -. Nel Veneto il comparto impiega 60 mila dipendenti, il trenta per cento sopra i 50 anni. Iniziative come Scarpetta d'Oro servono anche a dare dignità al mestiere del calzaturiere, una figura che forse nell'immaginario collettivo appartiene al passato. Oggi più che mai serve manodopera specializzata. Assocalzatufirici sta creando i presupposti, attraverso le scuole professionali, gli ITS, per offrire ai giovani un'alternativa alle carriere che le famiglie ritengono ideali. Il manifatturiero, infatti, è una delle poche attività che resistono e che dà segno positivo nella nostra bilancia di pagamento".



PAOLA BATTAZZI, Primo Premio Scarpetta d'Oro 2015, tema: "Tieni le mie scarpe"



SCARPA DIVENTA SPONSOR DELLA NAZIONALE ITALIANA DI SCIALPINISMO



Scarpa, azienda italiana tra i leader mondiali nella produzione di calzature da montagna e le attività outdoor, sancisce un'importante collaborazione con Fisi (Federazione Italiana Sport Invernali) e diventa sponsor della Nazionale Italiana di Scialpinismo per la stagione 2019-2020. Una scelta significativa per i prossimi 2 anni, che consolida l'impegno dell'azienda verso obiettivi sportivi di alto livello.

"Siamo orgogliosi di essere diventati sponsor della Nazionale di Scialpinismo, con cui collaboriamo da diversi anni - afferma Diego Bolzonello, amministratore delegato dell'azienda - per noi è la naturale evoluzione di un percorso che da sempre ci vede al fianco degli atleti: è dal costante confronto con loro, infatti, che nascono molte delle innovazioni presenti nei

nostri prodotti. Inoltre, nonostante l'80% delle nostre vendite avvenga all'estero, siamo e vogliamo rimanere un'eccellenza del Made in Italy, e questa partnership è anche il segno del nostro voler restare orgogliosamente italiani."

Il percorso appena intrapreso da Scarpa con Fisi e la Nazionale di Scialpinismo, in realtà, comincia ancora prima per l'azienda veneta: comincia con la scelta di sponsorizzare atleti italiani e internazionali delle diverse discipline outdoor.

Negli ultimi anni SCARPA è ripartita, infatti, dalle fondamenta per supportare gli obiettivi di chi lo sport lo vive in prima persona, imprimendo un messaggio che è alla base della sua comunicazione: nessun luogo è lontano.

Tra gli atleti di Scarpa, che vestiranno la maglia

azzurra della Nazionale di Scialpinismo, ci sono Robert Antonioli, Davide Magnini, Matteo Eydallin e Federico Nicolini, sciatori che hanno ottenuto risultati importanti nelle ultime stagioni e che portano avanti l'eredità dell'azienda di Asolo: superare i propri limiti, ricercare perfezione, performance e qualità passo dopo passo.

La stagione della Nazionale di Scialpinismo è cominciata a metà dicembre e guarda già al 2026, quando le Olimpiadi Invernali saranno di nuovo in Italia, vista l'assegnazione a Milano-Cortina, e dove ci sono buone probabilità di includere lo sci alpinismo tra le nuove discipline: "Aspettiamo questo avvenimento con fiducia - spiega il direttore tecnico Stefano Bendetti: - già quest'anno ci sarà per la prima volta lo sci alpinismo alle Olimpiadi Invernali Giovanili di Losanna dove saremo rappresentati da 4 atleti.

Riguardo la stagione imminente invece, uno degli obiettivi è sicuramente quello di riconfermare i risultati degli ultimi anni ottenuti con la Coppa del Mondo e confermarci tra le nazioni leader ai Campionati Europei di Madonna di Campiglio".

Scarpa è un'azienda specializzata nella produzione di calzature outdoor per alpinismo, arrampicata, alpine running, trekking, hiking, lifestyle, sci alpinismo, freeride e telemark. Fondata nel 1938 ad Asolo, nel trevigiano, come Società Calzaturieri Asolani Riuniti Pedemontana Anonima (da cui l'acronimo S.C.A.R.P.A.). Oggi Scarpa, che ha chiuso il 2018 con un fatturato di 102 milioni di euro, ha sedi negli Usa e in Cina e stabilimenti in Romania e Serbia, pur mantenendo il 70% della produzione in Italia, nel cuore del distretto calzaturiero veneto.

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

WINSERVICE
 computer & servizi


 WEARUP ERP innovativo per
 l'industria delle calzature,
 borse e pelletteria.


 Soluzioni per Industria 4.0


 Software e servizi per
 amministrazione, finanza,
 controllo di gestione.

Winservice Srl Zona Industriale II Strada, n. 2
 30030 - Fossò (VE) - Tel. 041 4165376
www.winservice.it - commerciale@winservice.it

Perché dovrete collaborare con noi?

- AFFIDABILITA'
- QUALITA'
- POSITIVITA'
- PUNTUALITA'
- RAPPORTO DI FIDUCIA

Quali sarebbero i benefici di lavorare con noi?

- TRANQUILLITA'
- RISOLUZIONE PROBLEMI
- SERVIZIO

CHIAMA ORA PER UNA PROVA GRATUITA

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

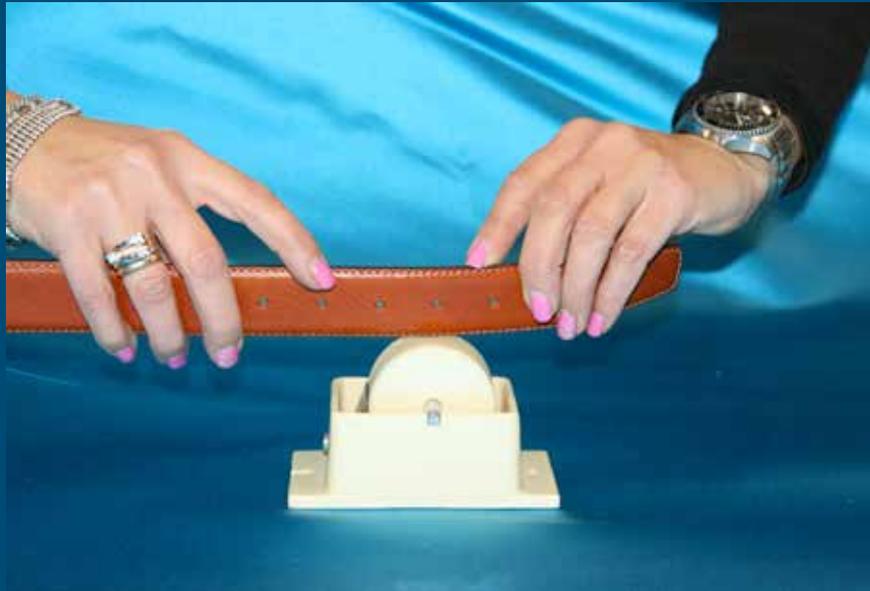
I NOSTRI SERVIZI
 Taglio, cambratura, timbro, crono, orlatura,
 applicazione accessori, tinta a cera, fasciatura
 fondi, applicazione monoblocco.

TEL +39 3441095611
INFO@CYCALZATURE.COM
 Via VIII Strada, 12 Fossò
 30030 (VE)
WWW.CYCALZATURE.COM



MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua

NOVITA'



In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334



Associazione di Volontariato
GIOCO E BENESSERE IN PEDIATRIA ONLUS

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

Tel. 049.8211485 - 049.8213633
www.giocoebenessere.it

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

LM PROFESSIONAL



La Prima Linea

Professionale Per Calzalai

www.lmprofessional.it sales@lmprofessional.it

Tel: +39 0424 592001



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**

GRANDE FESTA A CASTELFRANCO VENETO PER LA 21[^] EDIZIONE DEL PREMIO RADICCHIO D'ORO



di Diego Mazzetto

Ha ottenuto grande successo la ventunesima edizione dell'annuale Premio Radicchio d'Oro, svoltosi lo scorso 18 novembre e promosso dal Consorzio dei Ristoranti del Radicchio, che con questa manifestazione intendono esprimere, promuovere e valorizzare la cucina trevigiana. Nel suggestivo Teatro Accademico di Castelfranco Veneto sono stati consegnati riconoscimenti a personalità distinte nell'ambito dell'enogastronomia, dello sport, della cultura e dello spettacolo. L'occasione delle premiazioni del 2019, è stata anche il momento dell'annuncio ufficiale di un prossimo incontro tra eccellenze certificate dall'Unione Europea, con un gemellaggio del rinomato

radicchio rosso di Treviso Igp, e l'Olio Evo della Riviera Ligure Dop, due produzioni conosciute e tanto apprezzate, non solo in Italia, ma anche in Europa e nel mondo. Come per gli anni precedenti, la madrina dell'evento è stata la vincitrice del concorso Miss Italia: la ventenne Carolina Stramare di Vigevano. Presenti anche le bellissime Sevmi Tharuka Fernando (miss sorriso 2019) ed Elisa Checchin (miss Veneto 2019). La cerimonia di premiazione è stata intervallata con l'intrattenimento musicale della violinista Floriana Stéfano. Hanno ricevuto il Radicchio d'Oro 2019 Andrea Baldin, ricercatore e docente della Copenaghen Business School; Tarcisio Bellò, protagonista tra l'altro di due scalate dell'Everest; gli imprenditori Francesco Biasion e Inti Ligabue, magnate della forgiatura mondiale di catering e supporto logistico con sede a Venezia

il secondo. Per l'enogastronomia premiati il naturalista e ricercatore Paolo Fontana; il presidente nazionale di Coldiretti Ettore Prandini e lo chef stellato Ivano Ricchebono. Per lo sport sono stati assegnati premi alla nazionale di pallanuoto maschile, meglio conosciuta con il celebre soprannome di Settebello, con Marco Del Lungo e Niccolò Figari, accompagnati da Sergio Campana Presidente Associazione Calciatori e al ciclista Samuele Battistella. Per il cinema premiata la bellissima Martina Stella, mentre il premio per lo spettacolo è stato consegnato al celebre soprano Katia Ricciarelli che ha ricevuto il premio da Mario Maffucci, giornalista e consulente progetti di comunicazione. Infine, il premio DOP alla trevigianità, a cura del Consorzio Casatella Trevigiana DOP, è stato assegnato a Massimo Colombar, fondatore di Permasteelisa, che con quaranta società e 6.000 dipendenti rappresenta il più grande e prestigioso gruppo industriale di architettura al mondo. Assente per motivi di salute il produttore e sceneggiatore cinematografico Enrico Vanzina, premiato per la cultura, che comunque non ha mancato di far giungere un videomessaggio dedicato agli ospiti. Dopo i saluti del Sindaco di Castelfranco Veneto, del Presidente della Provincia di Treviso e di altre autorità istituzionali, ha fatto seguito la tradizionale cena di gala organizzata dai Ristoratori del Radicchio presso l'Hotel Fior, alla quale sono intervenute oltre 500 persone accolte da patron Egidio Fior e dagli organizzatori dell'evento.



LOVATO

FORNITURE PER CALZATURE E PELLETERIE

Prodotti

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

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

La Rivista
BUSINESS SHOES
SFOGLIA ONLINE
L'ULTIMO
NUMERO



www.lovatoforniture.it

PELLICOLA PROTETTIVA PER PELLAMI E TESSUTI



In vendita esclusiva
da Federico Lovato
tel. 041466334



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

ADDIO A FERDINANDO MORO: FONDATORE DEL CALZATURIFICIO MAFER

di Diego Mazzetto

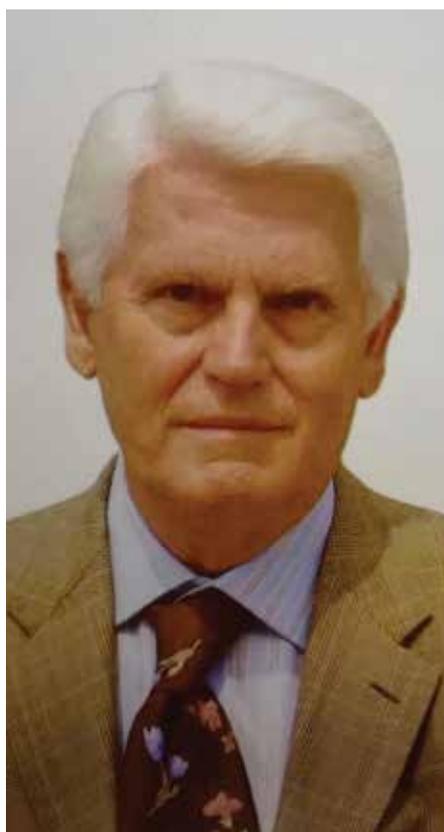
Lo scorso ottobre, dopo una parentesi di malattia, all'età di ottantatré anni è mancato Ferdinando Moro, fondatore del calzaturificio Mafer.

Ferdinando apparteneva a una generazione imprenditoriale d'altri tempi che, per diversi motivi, ha dovuto crescere in fretta.

Lo avevamo intervistato qualche anno fa per un articolo che raccontava la sua storia, e ci aveva colpito un suo commento sulla mancanza di lavoro che crea difficoltà alle generazioni attuali. "Sa qual è il limite dei giovani di oggi? – ci disse allora- la mancanza di *fame*. Quella era la molla che ai nostri tempi ti faceva crescere, ti motivava, ti convinceva a imparare un mestiere senza guardare orario né sacrificio".

E Ferdinando quella vita di impegno e sacrificio l'aveva vissuta in pieno, avendo iniziato a lavorare nelle scarpe come *garzone a banchetto* già all'età di sei anni, nel difficile periodo della seconda guerra mondiale. Era un ragazzo sveglio e volitivo, tanto che a quattordici anni sapeva produrre un paio di calzature da solo, dall'inizio alla fine.

A sedici anni, su consiglio di uno zio, si trasferì a Roma per lavorare in un calzaturificio dove,



tra le altre cose, imparò a costruire da solo forme e tacchi. Tornato a casa, a San Pietro di Stra, decise di mettersi in proprio realizzando calzature su misura che a quel tempo erano

molto richieste dai negozianti, soprattutto di Venezia, che esigevano un'altissima artigianalità. La storia imprenditoriale di Ferdinando proseguì poi con la creazione del calzaturificio Mafer, nel quale coinvolse anche i fratelli Giuseppe, Francesca e Anna.

Dopo anni di intenso lavoro, con l'avvicinarsi della vecchiaia egli decise che era giunto il momento di affrontare la necessità del cambio generazionale. I figli Nicola e Andrea pensarono di raccogliere l'invito del papà per proseguire la strada da lui tracciata, affiancati inizialmente anche dal fratello Alberto che in seguito scelse di staccarsi per impegnarsi nella professione di modellista.

"I valori che nostro padre ci ha lasciato- affermano Nicola e Andrea Moro- così come la sua dedizione al lavoro, rappresentano per noi un esempio quotidiano. La voglia di far bene, di creare un prodotto in grado di soddisfare i clienti più esigenti sono frutto dei suoi insegnamenti e di questo saremo sempre grati alla sua memoria".

Alla famiglia Moro le più sentite condoglianze da parte di tutta la redazione di *Business Shoes*.

RIPARATORE PER CAMOSCIO

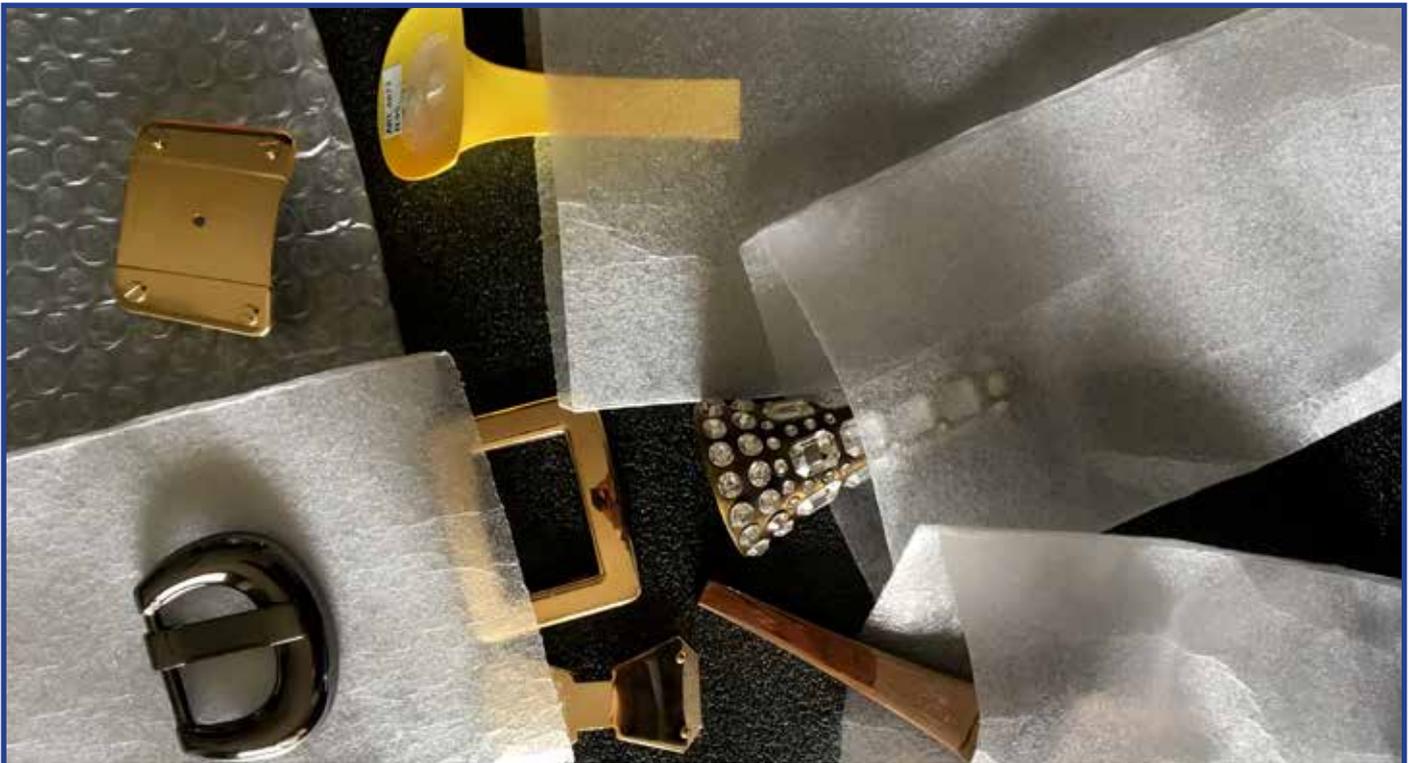


In vendita esclusiva da **Lovato Federico**
tel. 041 466334 lovatofed@virgilio.it

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

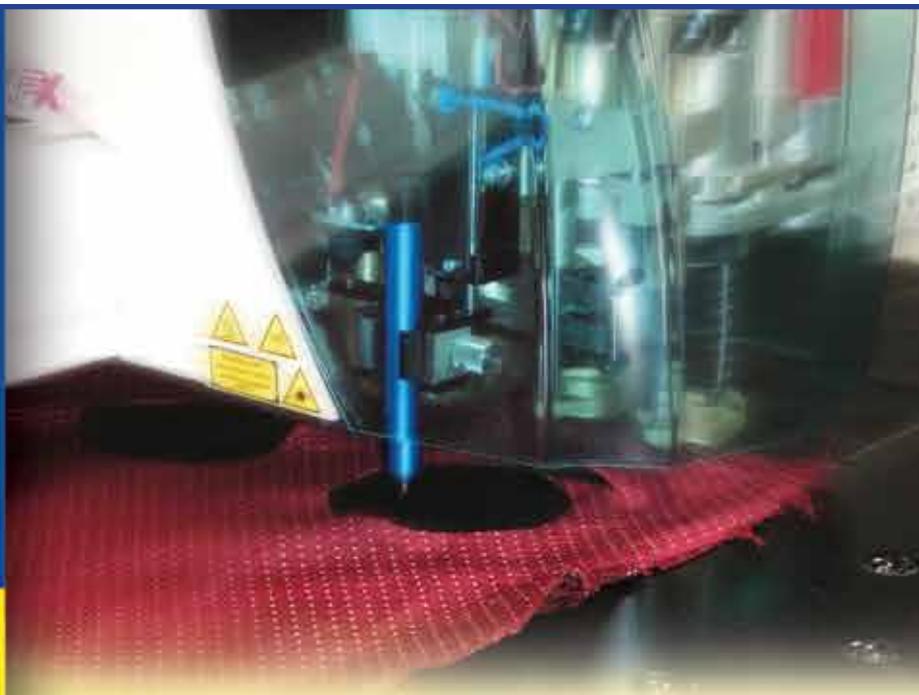


TRANCERIA

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

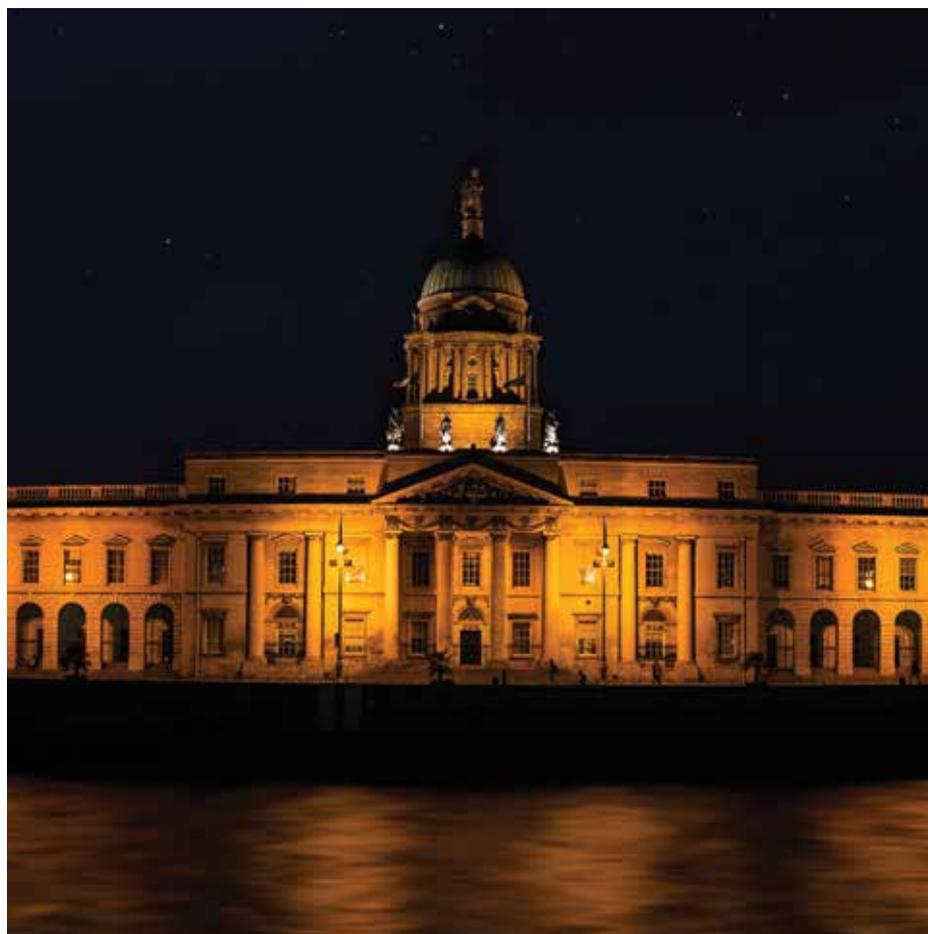
UNI EN ISO 9001:2015



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO

CONTINUA LA CORSA DELLA IRLANDA

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



L'andamento dell'economia irlandese nel corso degli ultimi decenni è caratterizzato da alti e bassi molto marcati, che hanno evidenziato dapprima una crescita impetuosa, che ha portato l'Irlanda dall'essere un Paese poverissimo a una delle prime economie mondiali, poi una crisi profonda che ha coinvolto non solo i settori bancario e finanziario, ma anche l'industria, le costruzioni e il terziario, e infine una ripresa sorprendente che ha portato l'Irlanda a essere uno dei Paesi con la ricchezza pro capite più alta al mondo.

Quando l'Irlanda entrò nella Comunità Economica Europea negli anni '70, il suo prodotto interno lordo era poco più della metà del prodotto interno lordo medio dei partner europei, ma oggi (secondo i dati del Fondo Monetario Internazionale del 2018) l'Irlanda ha il quinto Pil pro capite al mondo, alle spalle del Lussemburgo, di Singapore, del Qatar e di Macao, staccando Paesi come la Germania, il Canada e gli Stati Uniti. Nella proiezione al

2020 (sempre del FMI), l'Irlanda perderà una sola posizione, superata dalla Norvegia.

Ma come abbiamo accennato, l'invidiabile posizione dell'economia irlandese degli ultimi anni è stata però ottenuta con un percorso non lineare: dopo una straordinaria fase di boom economico iniziata con l'ingresso nella CEE nel 1973 e continuata fino ai primi anni 2000, che portò a soprannominare l'Irlanda come la "Tigre celtica", l'economia irlandese ha vissuto una gravissima crisi economico-finanziaria a partire dal 2008. L'Irlanda è stata infatti la prima economia europea a essere investita dallo scoppio della bolla immobiliare del 2008 che si è velocemente estesa anche al settore bancario e finanziario: lo Stato, nel tentativo di salvare il proprio sistema bancario (relativamente piccolo e con evidenti limiti strutturali), ha dovuto indebitarsi in maniera ingente, sfiorando tutti i parametri imposti dall'UE e facendo lievitare il debito pubblico in maniera esponenziale, rendendolo secondo solo a quello della Grecia.

Nel 2012 l'Irlanda è stata costretta a chiedere aiuto alla comunità internazionale, che ha concesso prestiti per 68 miliardi di euro in cambio di un piano di salvataggio triennale che prevedeva austerità, riforme e riduzione della spesa. In questi casi il salvataggio dell'economia avviene a prezzo di una povertà crescente della popolazione e di un taglio di servizi e investimenti, che deprimono l'economia per molti anni. Nel caso dell'Irlanda però, dopo pochi anni di sofferenza, l'economia ha ripreso a correre, con gli aumenti consistenti del prodotto interno lordo che hanno consentito di riportare sotto controllo i conti pubblici e di ridurre la disoccupazione che tra crisi e austerità era salita a livelli preoccupanti.

Dopo qualche anno di crescita sostenuta e superiore al 5%, il Pil irlandese è cresciuto del 7,8% nel 2017 e del 4,5% nel 2018, attestandosi in entrambi gli anni tra i valori più alti tra i Paesi membri dell'UE. La crescita registrata dall'economia irlandese nel 2018 si è basata



soprattutto sull'aumento delle esportazioni e su una domanda interna solida e stabile. Secondo le previsioni, nel 2019 e nel 2020 la crescita del Pil dovrebbe essere meno sostenuta a causa di un calo delle esportazioni, mentre la domanda interna dovrebbe rimanere sostenuta, trainata dall'aumento dell'occupazione e dalla crescita dei salari. Anche il mercato immobiliare, depresso per anni a causa della crisi, continua a essere vivace e caratterizzato da una nuova espansione dell'attività edilizia.

Eppure, nonostante questi dati estremamente positivi, gli studi dell'Ufficio centrale di statistica irlandese mostrano che quasi il 17% della popolazione vive sotto la soglia di povertà. Nel caso dell'Irlanda, questi due dati (alta crescita e alto tasso di persone sotto la soglia di povertà) possono essere compatibili perché nel calcolo del Pil irlandese hanno un peso molto rilevante le multinazionali. La loro presenza in Irlanda, dovuta al regime speciale di tassazione che le ha attratte nel corso degli anni (le multinazionali

pagano un'imposta molto bassa, pari al 12,5% degli utili), causa infatti un forte effetto distorsivo. Da un lato la performance economica irlandese di questi anni è stata sostenuta anche dalle multinazionali che hanno proprio l'Irlanda come sede fiscale europea (e che quindi formalmente fatturano e pagano le tasse in Irlanda): questo ha consentito all'Irlanda di uscire dalla crisi con ritmi di crescita non solo sostenuti, ma in qualche caso addirittura incredibili, come nel 2015 quando il Pil ha registrato un incremento annuo del 26,3%. Dall'altro lato è evidente che l'apporto delle multinazionali al prodotto interno lordo irlandese non si trasferisce completamente al reddito disponibile degli irlandesi, che secondo i dati dell'Istituto di statistiche irlandese è pari al 30% in meno di quello nominale.

Come abbiamo visto con i dati relativi al Pil previsto per il 2019 e il 2020, in generale le prospettive economiche per l'Irlanda sono buone, ma va detto che sono anche più incerte rispetto al passato a causa dei dubbi sulla

permanenza delle multinazionali in Irlanda (la tassazione speciale non potrà essere mantenuta all'infinito) e a causa della Brexit. Il Regno Unito rappresenta infatti circa il 18% delle esportazioni di beni e servizi irlandesi, quindi una probabile recessione economica britannica a seguito della Brexit potrebbe avere forti ripercussioni sulla performance economica irlandese, soprattutto per quanto riguarda i settori manifatturiero e alimentare che presentano una forte dipendenza dall'export verso il Regno Unito. Inoltre desta preoccupazione l'elevato indebitamento di buona parte di famiglie e imprese, che le rende vulnerabili a futuri aumenti degli interessi da parte della Banca centrale europea.

Per quanto riguarda gli altri indicatori fondamentali dell'economia irlandese si può apprezzare un buon andamento, simile a quello del Pil. In particolare, il rapporto tra debito pubblico e Pil, dopo aver raggiunto il valore record del 120% nel 2012, ha continuato a scendere fino ad attestarsi intorno al 70%



del Pil. Entro il 2023 è previsto che scenda ulteriormente fino al 55%. Lo stesso andamento è riscontrabile anche nell'andamento del deficit di bilancio, che è sceso progressivamente dal suo massimo del 2010 (pari al 32% del Pil) a valori compresi tra lo 0,3% e l'1% del Pil. Per il 2019 il deficit dovrebbe salire leggermente e poi attestarsi allo 0,8% nel periodo 2020-2023. L'inflazione si è mantenuta bassa, tra il -0,2% del 2016 e lo 0,5% del 2013; nel 2019 dovrebbe salire al 2% circa, spinta al rialzo soprattutto dalla crescita dei salari. La disoccupazione infine

è scesa progressivamente dal picco negativo del 14,7% del 2012 al 6,8% del 2017, attestandosi secondo gli economisti su livelli molto vicini ai minimi strutturali della piena occupazione. Il valore complessivo degli scambi commerciali irlandesi ammonta a circa 250 miliardi di dollari (dati del 2017), suddivisi in circa 160 miliardi di dollari di esportazioni e circa 86 miliardi di dollari di importazioni, con un saldo attivo di circa 80 miliardi di dollari. Nel 2018 l'Irlanda ha esportato per il 50% all'interno dell'Unione Europea, con Regno Unito (18%), Belgio (13%)

e Germania (7%) nelle prime posizioni, e per il 50% nei paesi extra-UE, soprattutto negli Stati Uniti (28%). Sul fronte dell'import, il 65% circa dei beni e servizi acquistati all'estero proviene da altri Paesi dell'UE, e in particolare Francia e Germania. Nel 2018, nell'interscambio Italia-Irlanda si sono registrati circa 1,8 miliardi di euro di beni e servizi importati dall'Italia (soprattutto prodotti chimici e farmaceutici e macchinari), e circa 3,8 miliardi di euro di export irlandese verso l'Italia (soprattutto prodotti alimentari, farmaceutici ed elettronici).



ARMIDA SRL

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

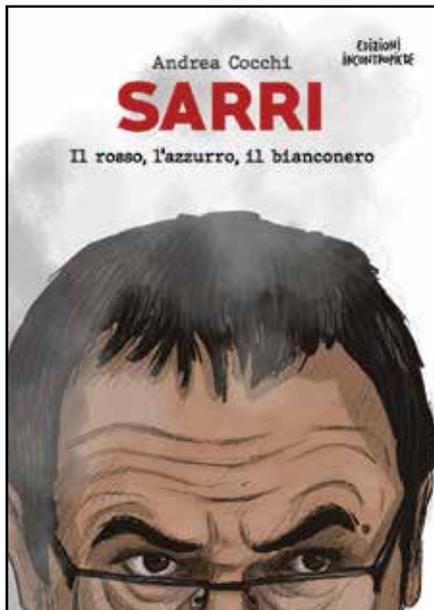
ORMAC CHALLENGER TRACER



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

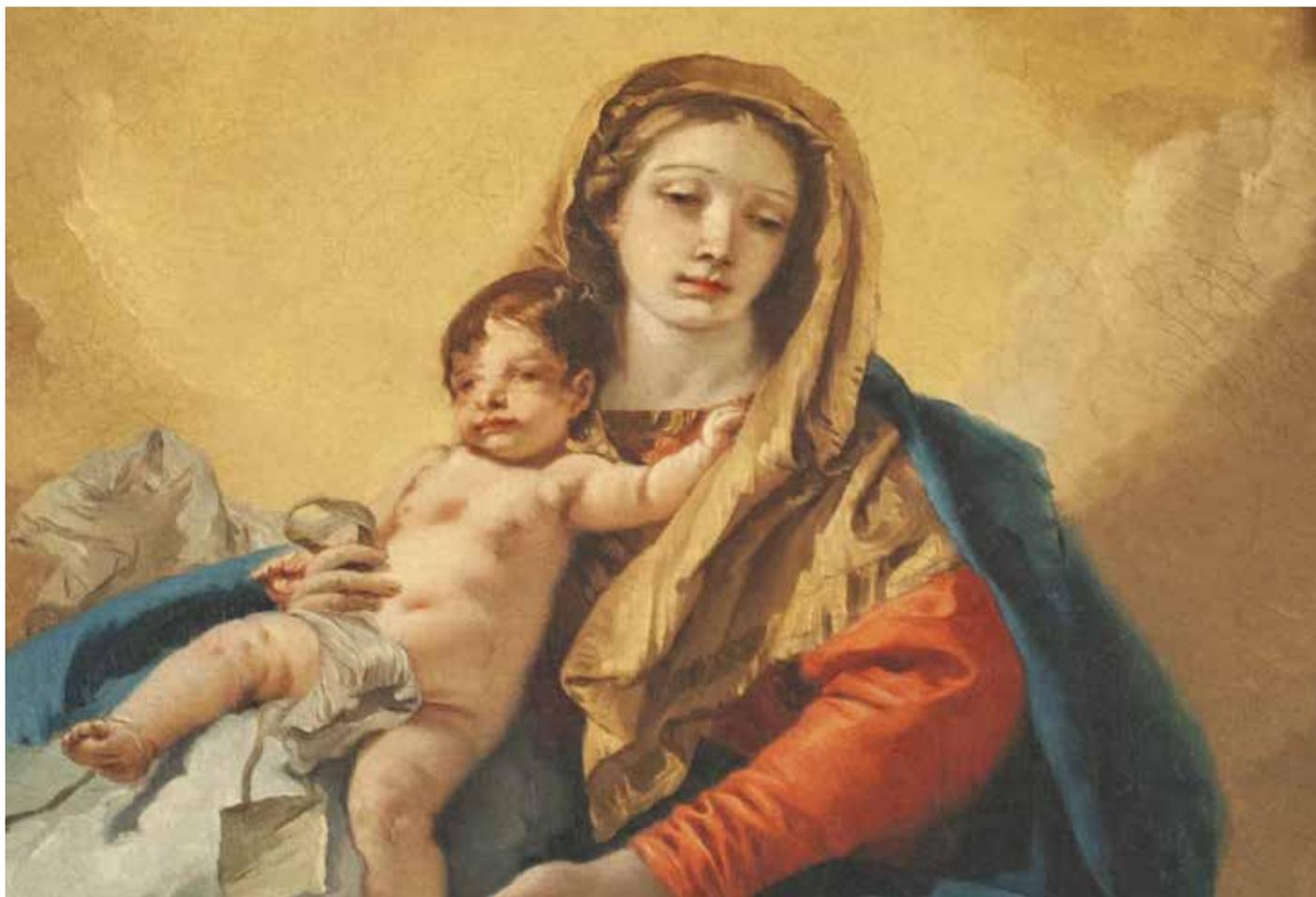


APPUNTAMENTO CON LA STORIA

GIAMBATTISTA TIEPOLO A PIOVE DI SACCO

di Diego Mazzetto

foto Damiano Mazzetto



Lo scorso 4 dicembre, presso la chiesa di Santa Maria dei Penitenti di Piove di Sacco è stato presentato il libro, scritto da Sara Grinzato, "Giambattista Tiepolo a Piove di Sacco", edito con il sostegno dell'Associazione "Amici del Gradenigo", che da molti anni si distingue nella difesa del patrimonio artistico e culturale della cittadina a due passi da Padova.

È stata una vera e propria sfida quella che Sara ha voluto affrontare in questo bellissimo libro: una sfida che si è dimostrata vincente nella ricostruzione del catalogo di uno dei più apprezzati pittori del Settecento veneziano.

Come bene ha scritto nella prefazione Mario Miotto, Presidente

dell'Associazione Amici del Gradenigo, "Sara Grinzato è riuscita a dare importanti risposte nelle ragioni, fino ad oggi sconosciute, che hanno spinto il Tiepolo e i committenti ad accostare, nella pala della Madonna del Carmelo del duomo di Piove di Sacco, le stupende figure di Santa Caterina d'Alessandria e di san Michele Arcangelo. Poiché nulla nasce per caso, una ragione specifica ci doveva pur essere. Tanto più trattandosi di un'opera devozionale. Grazie alla passione per la ricerca e alla capacità d'indagine, Sara ha sapientemente ricostruito una vicenda finora nascosta nelle pieghe della storia e ormai dimenticata. Ma ancor più, questa capacità di dipanare il groviglio di motivazioni sottostanti alla committenza le ha consentito di



CHARI
TAS

The image shows the cover of a book. The background is a reproduction of a detail from the painting 'Piove di Sacco' by Giambattista Tiepolo. It depicts a woman, likely the Madonna del Carmelo, looking upwards with her right hand raised in a gesture of prayer or supplication. She is wearing a dark, patterned dress and a light-colored shawl with floral motifs. The background of the painting is a dramatic sky with white clouds and a bright orange-red cloth or banner on the right side. The text is overlaid on the image in white and black.

ASSOCIAZIONE AMICI DEL GRADENIGO

SARA GRINZATO

GIAMBATTISTA TIEPOLO A PIOVE DI SACCO

[LINEA edizioni]

ricostruire uno stralcio temporale molto veritiero e stimolante della nostra storia cittadina. Ne è scaturita una Piove di Sacco religiosamente devota, culturalmente assai vivace ed economicamente ben dotata; una città così consapevole di sé da volersi mantenere alla pari con le altre città venete, commissionando a uno degli artisti più celebri, contesi e quindi più pagati di allora, le due pale oggi qui presenti".

Oltre alla pala con la Madonna del Carmelo, per la quale Sara Grinzato ha avanzato interessanti e inedite proposte sulla committenza, il libro si

sofferma su un'altra opera realizzata per la chiesetta di san Nicolò. Fu Francesco Rubelli a richiedere all'artista veneziano il *San Francesco di Paola* spesso lodato dalla critica come uno dei più alti raggiungimenti nell'arte sacra del maestro. L'opera, a causa della difficile apertura e protezione del sito originario, fu a lungo custodita nel Museo Diocesano di Padova, ed è solo dal 2018 visibile nelle sale del Museo Paradiso di Piove. Anche per quest'opera la studiosa ha pubblicato novità documentarie di grande interesse per la storia del prezioso dipinto.



Sara Grinzato

Ma la sorpresa forse più importante è rappresentata dalla scoperta di Sara Grinzato della presenza di altri due dipinti inediti del Tiepolo presenti un tempo a Piove di Sacco. La notizia riguardante le opere perdute è contenuta in alcune lettere scritte nel 1795 dal libraio e intenditore d'arte padovano Pietro Brandolese all'amico Giovanni de Lazara. Dopo il successo per una guida di Padova da lui scritta, Brandolese proseguiva il suo lavoro di perlustrazione nei villaggi vicini alla città del Santo con l'intenzione di pubblicare un nuovo libro che illustrasse le bellezze artistiche del territorio padovano. L'opera non fu mai conclusa, a causa della sua morte.

La parte più rilevante della ricerca condotta dal Brandolese, compiuta in compagnia dei canonici dell'epoca, fu il certosino lavoro di descrizione delle opere d'arte che trovava custodite nei sacri edifici.

Per la chiesa di San Nicolò di Piove di Sacco, egli annotava: *"Ne' due altari laterali vi sono due tavole di mano di G.B. Tiepolo troppo trascurate, e che presto vanno a perire per negligenza. In quella a destra v'è figurato S. Francesco di Paola, ed in quella a sinistra S.V. del Rosario e San Domenico"*.

Oltre al dipinto di San Francesco di Paola, un'altra pala del Tiepolo adornava dunque quella chiesa: un'opera della quale si è persa traccia ed è ignoto il destino.

Una quarta opera del Tiepolo, anch'essa scomparsa, è messa in evidenza

nel libro di Sara Grinzato. Si trovava in una chiesa monastica situata appena fuori dalle mura di Piove di Sacco e intitolata ai santi Vito e Modesto. Del sacro edificio oggi rimane appena un lacerto di muro.

È ancora Pietro Brandolese a documentare, all'interno della chiesa *"una tavola di G. Ba. Tiepolo, che vi colorì M.V. del Rosario sedente sopra alto piedestallo, e nel piano S. Domenico ed altro santo dello stesso ordine"*.

Con la soppressione napoleonica le opere della chiesa furono messe a disposizione dei beni della Corona e da quel momento ne fu persa traccia. Il dipinto del Tiepolo, evidentemente non considerato interessante per le Regie Gallerie d'Italia, fu probabilmente venduto a un privato iniziando così la sua storia collezionistica. Considerando il soggetto, la descrizione minima ma puntuale fornita da Pietro Brandolese, e le dimensioni dell'opera, Sara Grinzato ha avanzato l'ipotesi che la Madonna con san Domenico e san Giacinto, oggi conservata all'Art Institute of Chicago possa corrispondere alla pala un tempo conservata a Piove di Sacco.

Il prof. Renzo Fontana, intervenuto alla presentazione del volume, ha posto l'accento sulla valenza del lavoro d'archivio e di ricerca storico-artistica svolto da Sara Grinzato, elogiandone la passione e lo scrupolo.

"Un esempio - ha commentato Fontana - da imitare per dare risalto al grande patrimonio d'arte che il passato ci ha tramandato e del quale, tutti noi, abbiamo l'obbligo morale di custodire per le generazioni future".

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
MASTRIFICIO

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

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

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

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 Riviera del Brenta vende banco spazzole con aspiratore, n. 2 macchine da cucire piane, n. 2 banchi tagliatore. Per info Tel. 041 466156

Addetto all'assemblaggio delle calzature disponibile per lavoro nella zona della Riviera del Brenta Tel. 049 2128920

Calzaturificio zona Riviera del Brenta cerca addetta orlatura Tel. 349 7302690

Laboratorio di Camponogara (Venezia) cerca orlatrice Tel. 041 4174401

Calzaturificio S. Angelo di Piove (Pd) cerca personale esperto in finissaggio Tel. 049 5846098

Calzaturificio Vigonovo (Ve) cerca addetto al montaggio con esperienza Tel. 049 9830053

Vendo stock di filati in poliestere ritorti ed intrecciati di varie misure e colori. Per chi fosse interessato telefonare al 335 8437302 oppure scrivere a elvioba@gmail.com

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