



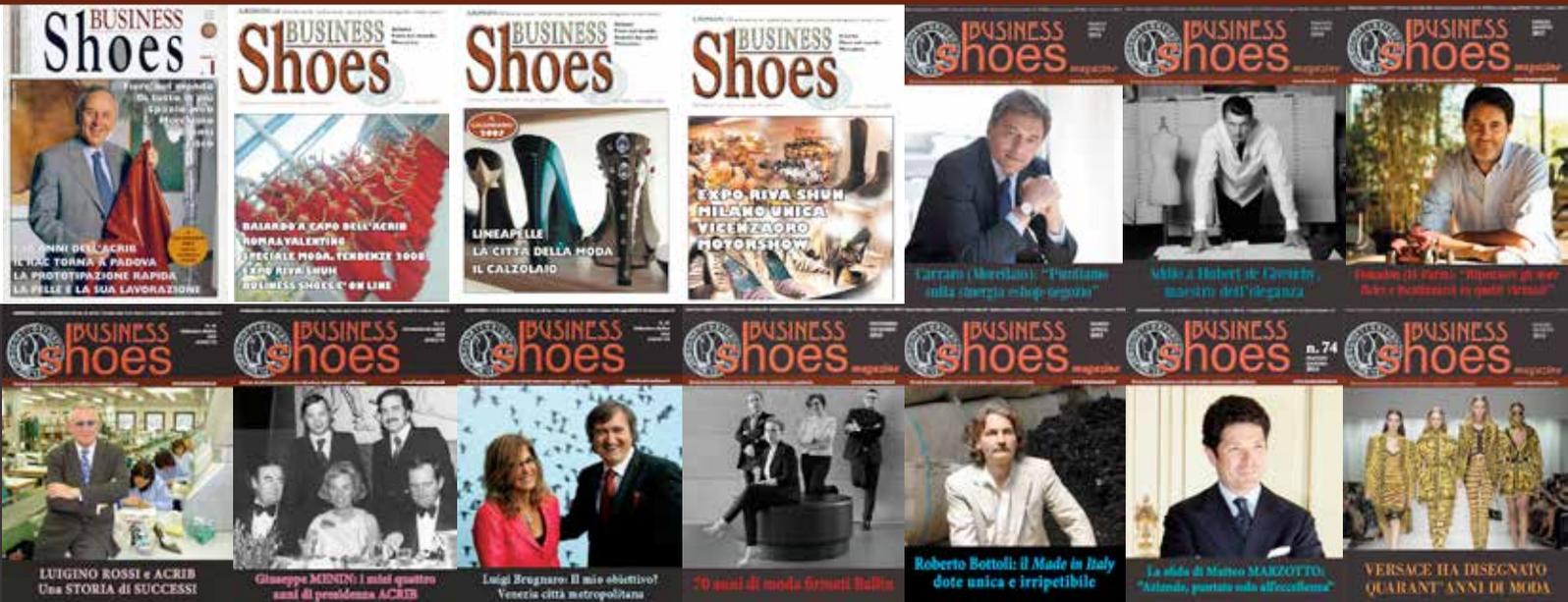
BUSINESS shoes

SETTEMBRE
OTTOBRE
2018

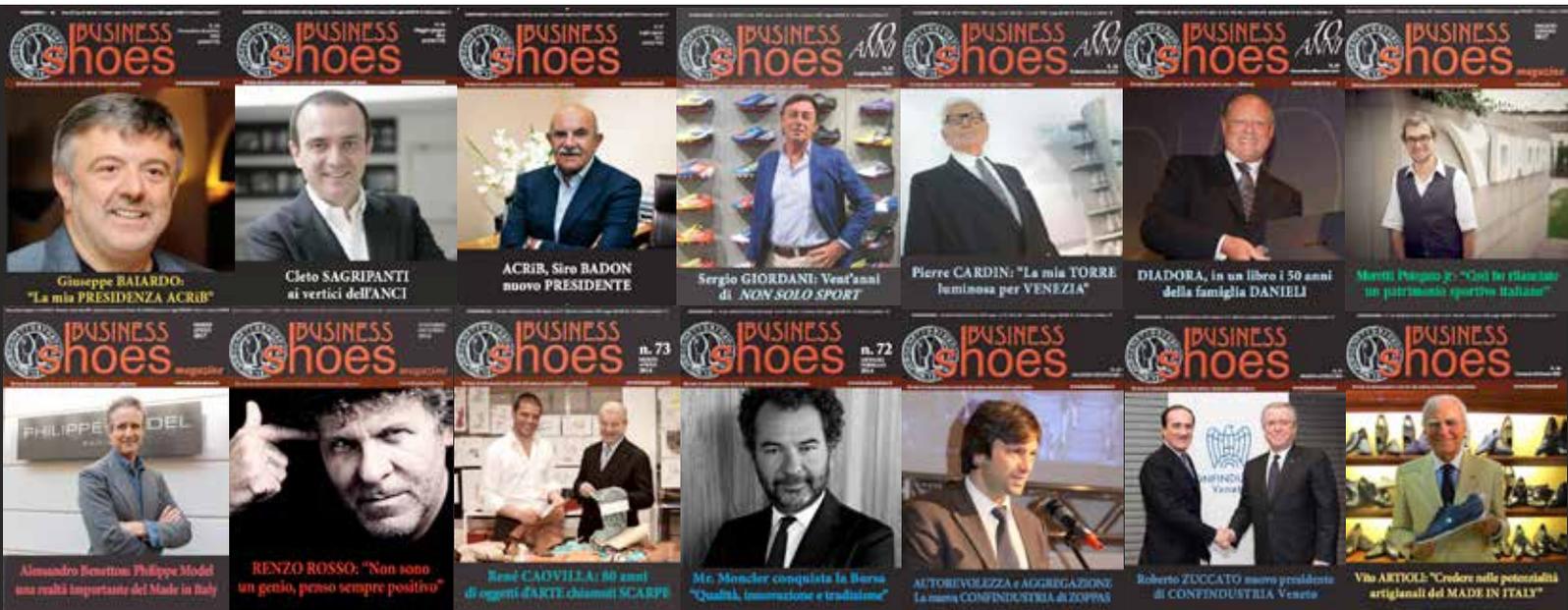
magazine

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businessshoes.it



Numero 100





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

100 volte grazie!

Siamo arrivati al centesimo numero di Business Shoes. Una tappa importantissima per una rivista che racconta il mondo della filiera della calzatura della Riviera del Brenta e nazionale.

Nati nel 2002, festeggiamo oggi il traguardo “storico” assieme alle numerose aziende che nel corso degli anni ci hanno sostenuto con le loro inserzioni pubblicitarie. Grazie anche ai nostri lettori, che continuano a scriverci e manifestano il loro interesse per la rivista.

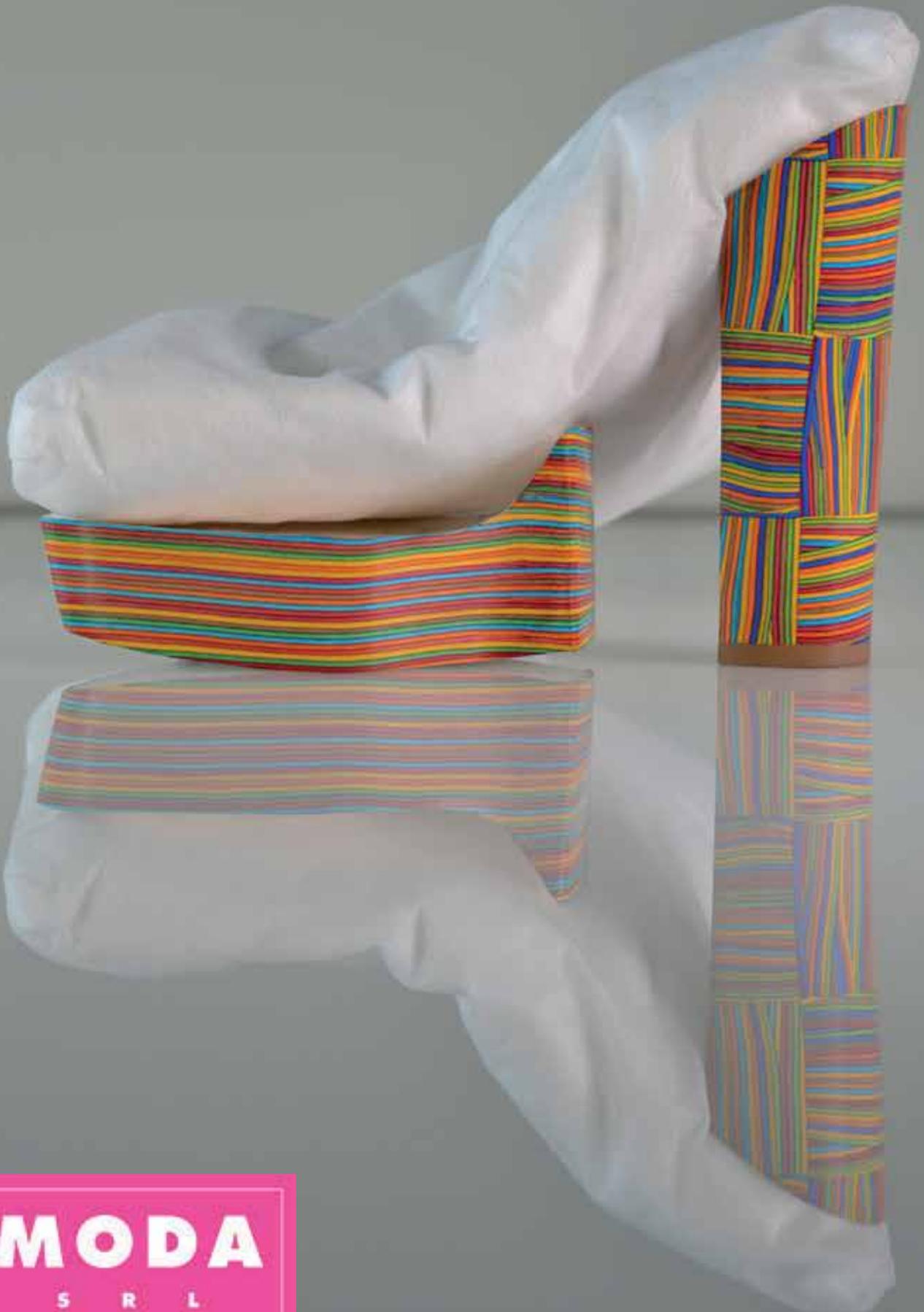
Ringraziamo i presidenti Siro Badon (Presidente Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta, Franco Ballin (Presidente Politecnico Calzaturiero), Cleto Sagripanti (Presidente Europeo dei Calzaturieri - CEO BE71) e Luigino Rossi (Presidente onorario ACRiB) per le belle parole che ci hanno riservato (le trovate nelle prossime pagine), per il numero 100 della rivista.

Un ringraziamento a quanti oggi lavorano alla redazione di questo bimestrale, da Diego a Maurizio in primis, e a quanti hanno lavorato in passato per portarlo dove è ora. Un lungo cammino è stato fatto insieme.

Un ringraziamento all'editore Federico Lovato, che ha creduto nel progetto e sempre sostenuto questa squadra.

Tanti auguri a noi!

Nicola Brillo



MODA
S R L

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



sommario

N. 24 ANNO V - Bimestrale
settembre-ottobre 2018

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
e-mail:
business.shoes@libero.it

www.businessshoes.it

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

Numero repertorio ROC: 25417

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

Tipografia
Smart Mix
Dolo (Venezia)

- 3** EDITORIALE. 100 volte grazie!
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** TRAGUARDO. 100 numeri di passione
- 12** MF VENETO FASHION. Premio a Henderson
- 14** PREMIO CAMPIELLO. La vittoria di Postorino
- 18** MICAM. Piace sempre più ad Oriente
- 20** POLITECNICO. Eccellenze mondiali con Parsons school
- 23** VERSACE. Passa al gruppo americano Kors
- 26** SOLIDALIA. Ridare dignità ai lavoratori
- 30** MIPEL. Tra tradizione e artigianalità
- 34** POLONIA. Sviluppo con i fondi europei
- 44** MERCATINO. Tutte le occasioni

*Appuntamento con la Storia
A Venezia il primo
museo dedicato
a Giacomo Casanova*

Seguiteci anche sul nostro sito internet
www.businessshoes.it

5 BUSINESS
shoes



atlante

BREVI DAL MONDO



Osservatorio nazionale moda: lotta alla contraffazione e al lavoro nero

Le associazioni nazionali di categoria degli artigiani Confartigianato, Cna Federmoda, Clai e Casartigiani segreterie nazionali di Filctem, Femca e Uiltec, in sede di Osservatorio nazionale del settore della moda, hanno proseguito nel lavoro di definire azioni comuni di contrasto innovativo al lavoro nero e contraffazione. In particolare sottoscritte e condivise le tabelle sul costo del lavoro nel comparto artigiano, al di sotto del quale il costo del lavoro deve essere considerato irregolare, presentare al Ministero della Giustizia un progetto di riforma dei reati in materia di lavoro nero e contraffazione nel sistema moda e quella di garantire la tracciabilità di tutta la filiera produttiva, come da anni chiediamo, con il progetto di etichetta parlante dove blockchain e sistemi rfid garantiscono la provenienza e la veridicità del prodotto e contaminare l'azione di contrasto nella moda con esperienze nate in altri settori, come ad esempio il progetto SOScaporalato della Cisl Alimentazione. Tutto questo, in continuità con lo sviluppo delle attività previste dall'osservatorio nazionale, che sulla base di quanto condiviso nel rinnovo del ccnl dell'artigianato tessile/chimico del dicembre 2017, con la sottoscrizione anche del protocollo sulla legalità, stanno sviluppando tutte le iniziative sindacali e istituzionali a difesa del buon lavoro, della sicurezza dei lavoratori, per il rispetto di tutte le norme sulla legalità.

L'online corre al dettaglio: le aziende della moda puntano al raddoppio

Nel periodo gennaio-luglio 2018, secondo i dati Istat per il dettaglio italiano sono solo tre i canali in positivo: grande distribuzione e alimentari, con frazionali incrementi (+0,9% e +1,3%), ed e-commerce, che spinge con un +12,7%. La conferma strategica arriva dalle aziende: le stime dei ricavi online non solo compaiono nei bilanci o nelle dichiarazioni dei manager, ma cominciano a indicare obiettivi ambiziosi. Secondo il report "The age of digital Darwinism" realizzato da McKinsey & Company, le vendite di lusso online arriveranno a contare il 12% (37 miliardi) nel 2020 e il 19% (74 miliardi) nel 2025 del mercato del lusso globale, che toccherà quota 383 miliardi. Il tutto, contro l'8% (20 miliardi di euro) su 254 miliardi di euro del 2016. Un ruolo importante lo giocheranno le piattaforme multimarca. Secondo Goldman Sachs, tra il 2019 e il 2025 i titoli del lusso beneficeranno in totale di 23 miliardi di ricavi derivanti dalle piattaforme online multibrand, che si rifletteranno in un aumento dell'ebit di 10 miliardi. L'assunto è che i ricavi dalle transazioni su piattaforme terze realizzati dalla dozzina di aziende esaminate passino dall'attuale 1% al 10% nei prossimi cinque anni. Gli analisti parlano di "stime conservative" ricordando che, per il 2025, il peso dell'online è previsto salire dal 7% attuale al 16% dei ricavi totali.



Lineapelle95 consolida la propria leadership internazionale

Lineapelle consolida la propria dimensione di business show di riferimento internazionale per la fashion & luxury industry e apre le porte al futuro dell'area pelle. L'ultima edizione, giunta alla 95a edizione (Autunno/Inverno 2019/2020), è stata caratterizzata da una particolare concretezza e propositività. Lineapelle ha accolto un numero di aziende visitatrici in crescita del 2% rispetto alle edizioni precedenti e ha ulteriormente accentuato il proprio grado di internazionalità: il 49% è di provenienza estera, in arrivo da 105 Paesi. Molto significativa la crescita in doppia cifra delle aziende provenienti da Pechino (assenti lo scorso febbraio per la concomitanza del Capodanno Cinese) e dagli Stati Uniti, che hanno ribadito la centralità internazionale di Lineapelle scegliendola come luogo privilegiato di condivisione e confronto in un momento caratterizzato da fortissime e preoccupanti tensioni commerciali tra le due aree. Rilevante anche l'aumento delle aziende in arrivo da India, Giappone e Russia. Aumentano a Lineapelle anche il numero delle aziende espositrici: +4,1%, provenienti da 48 Paesi. Lineapelle, mai come in questa edizione, ha deciso di sottolineare il senso della propria leadership globale costruendo attorno al suo baricentro commerciale una ricca serie di eventi, aprendo il proprio orizzonte al futuro. È il caso, in particolare, della prima edizione di Lineapelle Innovation Square, hub dell'ispirazione e della ricerca dove per tre giorni sono state approfondite alcune tra le più stimolanti e futuribili novità scientifiche e tecnologiche relativa al prodotto, alla gestione della produzione, alla formazione. Una scelta vincente, quella di dare a vita a Lineapelle Innovation Square, visto il successo di interesse e partecipazione. La seconda edizione è prevista in concomitanza di Lineapelle97, a settembre 2019. La prossima edizione di Lineapelle, la numero 96, presenterà la stagione Primavera/Estate 2020 e si svolgerà a Fieramilano Rho dal 20 al 22 febbraio 2019.

LINEAPELLE

Artigiani **ORAFI** Associati

PARTNERS

idd

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

100 NUMERI DI PASSIONE

Era la fine del 2001 quando alcuni imprenditori si sono ritrovati, sentendo la necessità di raccontare un territorio che ha fatto la storia della calzatura a livello internazionale, quello della Riviera del Brenta, stretto tra le province di Padova e Venezia.

Nasce così Business Shoes, la rivista che tenete tra le mani e che festeggia oggi il suo centesimo numero. L'avventura editoriale, che vede Federico Lovato come fondatore e attuale editore unico, è diventata realtà a febbraio 2002 con l'uscita del primo numero. Da allora molte cose sono cambiate, il tessuto imprenditoriale italiano della calzatura, e non solo, si è trasformato radicalmente.

Il territorio della Riviera del Brenta dal quale proveniamo ci ha permesso di conoscere in prima persona le sue qualità. Qui si è sviluppata una filiera settoriale d'eccellenza, qui sono attive aziende e manodopera di altissima qualità, tanto che il territorio è diventato testimonial nel mondo di uno dei più apprezzati prodotti del "Made in Italy", la calzatura. Oggi alcune delle più importanti maison francesi hanno scelto di aprire una propria manifattura, "certificando" se ce ne fosse ancora bisogno, la qualità che la Riviera del Brenta sa esprimere.

Nel corso degli anni l'informazione contenuta nel bimestrale si è poi allargata a tutto il territorio nazionale, raccontando le imprese dei distretti storici della filiera della calzatura e degli accessori: dalle Marche alla Lombardia, dalla Campania alla Puglia.

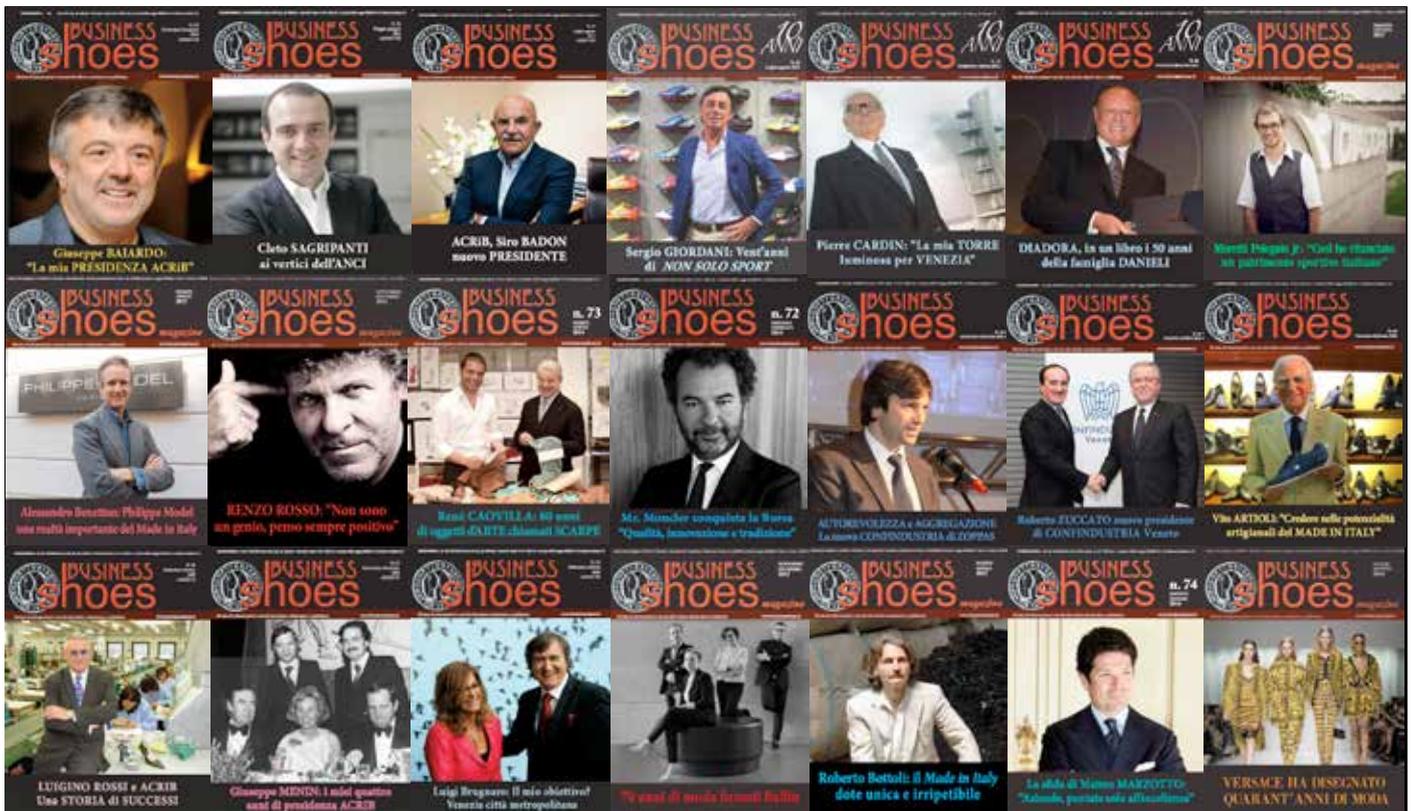


La copertina del primo numero della rivista Business Shoes (febbraio 2002)

Il nostro bimestrale ha raccontato lo sviluppo delle aziende calzaturiere della Riviera del Brenta e dell'Italia. Siamo nati in un distretto importante a livello internazionale che negli ultimi 16 anni ha continuato a crescere come fatturato, nonostante le numerose difficoltà "post 2008", ma che ha visto chiudere imprese e perdere posti di lavoro.

L'ACRiB è nata nel 1961 grazie

ad un gruppo di imprenditori che hanno deciso di costituire un'associazione che li potesse rappresentare unitariamente nei rapporti sindacali e sostenere con servizi adeguati alla loro crescita aziendale. Nel corso degli anni gli imprenditori della Riviera hanno saputo attraversare trasformazioni radicali dei mercati, complicati processi gestionali e produttivi, sperimentare nuove forme di co-



municazione e promozione, creare relazioni industriali, dialogare con istituzioni pubbliche e private.

Nel 2002, quando abbiamo debuttato, il numero di aziende attive in Riviera del Brenta rappresentava il 63,9% rispetto al totale veneto e il 10,2% rispetto all'Italia. Complessivamente erano 965 le aziende attive nei diversi settori della filiera di calzatura tra le province di Padova e Venezia. Il numero complessivo dei dipendenti di calzaturifici, accessori, modellisti era pari a 14.176 (rappresentava il 52,8% rispetto al totale veneto e il 12,9% rispetto all'Italia). Il numero scarpe di prodotte nel territorio rappresentava il 26,9% rispetto al totale veneto e il 6,01% rispetto all'Italia. In totale sono state prodotte 21,4 milioni di paia di scarpe. Sul fronte del fatturato il valore prodotto realizzava complessivamente il 49,4% del fatturato del sistema veneto e il 12% di quello

nazionale. Il volume delle vendite era di 1,69 miliardi, con una quota export pari all'89%.

Cento numeri dopo la situazione è la seguente. Il numero dei calzaturifici è sceso a 551, ma ha saputo resistere meglio che altrove: la Riviera del Brenta oggi rappresenta il 76,1% rispetto al totale veneto e il 12,3% rispetto all'Italia. In discesa anche il numero degli addetti, passati a 10.587 (anche se in crescita negli ultimi anni), per 20,1 milioni di paia prodotte.

Nel 2017 il valore delle calzature prodotte, che ha superato per il secondo anno i due miliardi di euro, rappresenta il 62,1% del fatturato del settore veneto e al 20,7% di quello nazionale. Le calzature prodotte in Riviera del Brenta sono oggi esportate al 92% verso i mercati esteri.

Non solo calzature per Business Shoes. Da dieci anni la nostra rivista organizza il "Premio Panchina Doc del Triveneto", un'oc-

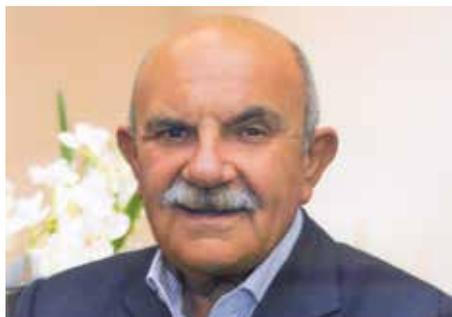
casione per valorizzare le eccellenze sportive del territorio, dai grandi campioni degli sport più conosciuti agli atleti degli sport "minori" e del movimento paralimpico.

Nel corso degli ultimi 16 anni il territorio ha sopportato una trasformazione epocale. Ha assistito alla chiusura di brand storici della Riviera del Brenta e contemporaneamente ha aumentato la produzione di calzature per le "firme" nazionali o internazionali. Ma contemporaneamente si sono aperti mercati fino al 2000 impensabili per la calzatura made in Riviera. Se il legame con i mercati europei e nordamericani era consuetudine, ora si apre la sfida con il mercato cinese, che nasconde grande opportunità, ma anche insidie. Siamo certi che gli imprenditori della Riviera del Brenta sapranno affrontare anche questa sfida. Noi ci saremo a raccontarlo.

Nicola Brillo

Siro Badon

Presidente Consorzio Maestri
Calzaturieri del Brenta (ACRiB)



Franco Ballin

Presidente Politecnico Calzaturiero



Business Shoes rappresenta un pezzo della vita del Distretto Calzaturiero della Riviera del Brenta: un utile canale di comunicazione attento al settore della moda, alla cultura industriale a tutto tondo, alla formazione e all'innovazione, alle personalità ed agli eventi che caratterizzano e segnano le epoche. Una finestra attuale sull'evoluzione socioculturale ed economica italiana ed estera, che accompagna il nostro fare impresa di altissima qualità e Made in Italy.

Il traguardo dei primi 100 numeri conferma l'attaccamento al territorio di Business Shoes Magazine, ed il suo innegabile contributo al servizio di un settore manifatturiero importante nel panorama nazionale ed internazionale. Solo in rete si progredisce, si cresce e si affrontano le sfide del futuro. L'aggiornamento delle informazioni e la cura delle relazioni è parte sinergica della rete distrettuale: grazie a Federico Lovato e ai suoi appassionati collaboratori che con dedizione, attenzione e collaborazione, da 18 anni comunicano con e per la nostra Riviera del Brenta, anche a livello nazionale.

Con gratitudine, auguri per i primi 100 numeri e per le centinaia a seguire.

Cleto Sagripanti

Presidente Europeo dei Calzaturieri
CEO BE71



Sono arrivato nel 2014 in Riviera del Brenta dove avevo, ed ho ancora oggi, molti amici e stimati colleghi grazie anche al ruolo che ricoprovo come Presidente Nazionale dei Calzaturieri Italiani e del Micam.

Tra i primi che mi hanno accolto con affetto e simpatia sono lieto di annoverare Federico Lovato, Diego Mazzetto e la rivista Business Shoes.

Un mezzo utilissimo per conoscere uno dei distretti della calzatura più importante al mondo; nel lusso forse il più importante.

È un piacere e un dovere di tutti gli imprenditori del distretto seguire e sostenere tale iniziativa imprenditoriale che arricchisce il territorio.

Un distretto è fatto di aziende ma soprattutto di persone, rapporti, ricordi, esperienze. Questi sono i contenuti di Business Shoes.

Auguro alla rivista, al suo editore ed al suo editorialista altri 200 anni di soddisfazioni.

Luigino Rossi

Presidente onorario ACRiB



Per il Distretto Calzaturiero del Brenta, ricordare il traguardo di 100 pubblicazioni negli ultimi 18 anni del magazine "Business Shoes" è motivo di gratitudine e riconoscimento per il contributo di immagine e sostegno di tutto il settore, poiché si tratta di una rivista che ha ormai raggiunto dimensioni non solo regionali. Infatti, è diffusa anche negli altri distretti calzaturieri Italiani dove è seguita e apprezzata.

Come Presidente onorario di ACRiB (Associazione Calzaturieri della Riviera del Brenta), permettetemi di ringraziare per primo l'editore Federico Lovato, perché ricordo i primi difficili anni dove molti dicevano che da solo non avrebbe continuato. Invece oggi, caro Federico, siamo tutti orgogliosi per il traguardo raggiunto. Ovviamente non si deve dimenticare tutta l'odierna squadra di collaboratori e amministratori, tra i quali un ruolo determinante va riconosciuto a Diego Mazzetto. Per noi industriali, artigiani, tecnici, amministrativi, operai, fornitori e clienti, il magazine "Business Shoes" è un utile strumento di informazione che ci aiuta ad essere aggiornati permettendoci di crescere insieme.



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

MF Fashion Veneto Awards, al calzaturificio Henderson il premio Start Up

Nell'ambito della prima edizione del MF Fashion Veneto Awards - organizzato dalla rivista MF Fashion, quotidiano italiano dedicato alla moda e al Made in Italy di lusso edito da Class Editori - è stato assegnato il premio Smart UP al laboratorio artigianale di calzature Henderson, storica azienda di eccellenza del Distretto della Calzatura della Riviera del Brenta.

La cerimonia di premiazione, condotta dalla cantante e conduttrice televisiva Jo Squillo, ha avuto luogo lo scorso 11 luglio presso l'Isola di San Servolo a Venezia, nel corso di una cena di gala, ripresa dal network Class TV Moda di Sky. Selezionata da un comitato scientifico e da una giuria presieduta da Stefano Roncato (Direttore di MF Fashion e Magazine For Fashion) e Mariangela Bonatto (vice presidente di Class fashion-luxury), Henderson è stata premiata per aver raggiunto nel 2018 livelli di eccellenza, con i parametri rilevati dai bilanci presenti nel data base del Cerved e quelli degli analisti di Milano Finanza. A ritirare il premio i fratelli Gianluigi ed Enrico Baracco, attuali titolari di Henderson e pronipoti di Giuseppe, che fondò nel 1932 il primo laboratorio artigianale.

Il calzaturificio in seguito fu rilevato dal nipote Gino, che poi ha passato il testimone ai figli, proprietari oggi del prestigioso marchio di calzature con sede a Vigonovo (VE). "Ringraziamo MF Fashion perché per noi è un onore e motivo di orgoglio ricevere questo ambito premio - ha dichiara-



to Gianluigi Baracco. Un riconoscimento che ritiriamo in quanto attuali proprietari e conduttori dell'azienda, ma che premia l'intuizione e le capacità imprenditoriali del nostro prozio Giuseppe e di nostro padre Gino che ci ha trasmesso tutto il *know-how* per raggiungere oggi obiettivi allora inimmaginabili".

Con questo riconoscimento, Henderson si pone dunque tra le aziende in evidenza nel Distretto della Riviera del Brenta. Una realtà di grande rilevanza artigianale radicata agli insegnamenti del passato, ma con lo sguardo rivolto al futuro, come dimostra la nuova sede del calzaturificio, in fase di ultimazione a Capriccio di Vigonza, la cui inaugurazione è prevista per la primavera prossima. "Anche se a malincuore - sottolinea Gianluigi Baracco - abbiamo deciso di

lasciare lo storico calzaturificio di Vigonovo dopo ben ottanta anni di attività per uno stabilimento più spazioso e di nuova concezione.

Un calzaturificio, dotato delle più moderne tecnologie e a bassissimo impatto ambientale, pensato non per essere la classica *scatola* chiusa da muri dove la gente entra per lavorare. Al contrario, abbiamo voluto un ambiente con tantissime vetrate, anche dove non erano necessarie, affinché tutti i nostri collaboratori abbiano la possibilità di vedere all'esterno.

Siamo giunti a questa scelta perché ci rendiamo conto che un'azienda che crede nella qualità, come la nostra, deve dimostrarlo in ogni sua componente: anche e soprattutto dal luogo di produzione. Un luogo dove *pensare e agire* sia vivibile, sano, e al passo con i tempi".



CY
CALZATURE
SRL

FASHION INDUSTRY

NATI PER SODDISFARE
LE VOSTRE ESIGENZE

VIA VIII STRADA 12
30030 FOSSÒ (VE)
tel/fax +39 041 466590

WWW.CYCALZATURE.COM

CALZATURIFICI
E CY CALZATURE

TOMAIA DA ORLARE

ECCO
COME

SEMPLI
FICHIAMO

IL TUO
LAVORO

LAVORA
CON
NOI

REPARTO
TAGLIO

REPARTO
ORLATURA

TOMAIA ORLATA

CALZATURIFICIO

FORNITORI

TOMAIA DA ORLARE

REPARTO
TAGLIO

REPARTO
TAGLIO

REPARTO
ORLATURA

REPARTO
ORLATURA

REPARTO
ORLATURA

REPARTO
ORLATURA

REPARTO
ORLATURA
con
contrafforti

TAGLIATORE

PREPARAZIONE
(abbassatura e
scarnitura)

CHRONO E
TIMBRI

TOMAIFICIO

CONTRAFFORTI

TOMAIA ORLATA

A ROSELLA POSTORINO LA 56[^] EDIZIONE DEL PREMIO CAMPIELLO

Con il romanzo *Le assaggiatrici* (Feltrinelli), Rosella Postorino ha vinto la 56[^] edizione del Premio Campiello, concorso di narrativa italiana contemporanea organizzato dalla Fondazione Il Campiello – Confindustria Veneto. Il libro vincitore, annunciato sul palco del teatro La Fenice di Venezia lo scorso 15 settembre, ha ottenuto 167 voti sui 278 inviati dalla Giuria dei Trecento Lettori Anonimi. Al secondo posto si è classificato Francesco Targhetta con *Le vite potenziali* (Mondadori), al terzo Helena Janeczek con *La ragazza con la Leica* (Guanda), al quarto Ermanno Cavazzoni con *La galassia dei dementi* (La nave di Teseo), al quinto Davide Orecchio con *Mio padre la rivoluzione* (Minimum Fax) con 15 voti.

Visibilmente emozionata, Rosella Postorino ha dichiarato: *“Sono molto felice della vittoria con questo romanzo pubblicato nell’anno in cui ne ho compiuto 40, e che racconta un periodo della Storia con cui non smetterei mai di fare i conti, ma soprattutto racconta che l’unico modo per sopravvivere è assaggiare il mondo, per quanto minaccioso o velenoso possa essere”*.

La Giuria dei Trecento Lettori Anonimi della 56[^] edizione del Premio Campiello era così composta: 52,2% donne e 47,8% maschi, 21 casalinghe, 41 imprenditori, 97 lavoratori dipendenti, 86 liberi professionisti e rappresentanti istituzionali, 30 pensionati, 25 studenti. Matteo Zoppas, Presidente della Fondazione Il Campiello e Confindustria Veneto, ha dichiarato: *«Faccio i complimenti alla vincitrice Rosella Postorino per aver saputo, con la sua opera, conquistare il gradimento della Giuria dei Lettori. Chiudiamo una edizione ricca di valore: un più forte coinvolgimento del sistema confindustriale, soprattutto dei giovani imprendito-*



Rosella Postorino

ri a favore del Campiello Giovani; il ruolo di Carlo Nordio come Presidente di Giuria, espressione perfetta dei valori fondativi del Campiello (indipendenza, trasparenza e autorevolezza); la diretta televisiva che ci ha permesso di raggiungere un pubblico ancora più ampio. L'importanza del Pre-

mio Campiello per la cultura italiana è testimoniata dalla presenza in platea di numerose personalità del mondo delle istituzioni e dell'industria: la Presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati, il Ministro della Cultura Alberto Bonisoli, il Presidente di Confindustria Vincenzo



Boccia. La sfida è quella di far evolvere ulteriormente il Premio, rendendolo ancora più prestigioso e contemporaneo e per questo cominceremo subito a lavorare alla nuova edizione del 2019».

La finale è stata condotta da Mia Ceran e Enrico Bertolino. Tra momenti d'intrattenimento e approfondimento culturale, i due conduttori hanno dialogato con i cinque finalisti e seguito con loro le fasi delle votazioni.

Durante la cerimonia sono stati premiati anche i vincitori degli altri riconoscimenti previsti dalla Fondazione Il Campiello: il vincitore della 23^a edizione del Campiello Giovani, Elettra Solignani, l'Opera Prima, assegnata a Valerio Valentini per il romanzo *Gli 80 di Campo-Rammaglia* (Editori Laterza), e infine il Premio Fondazione Il Campiello, riconoscimento alla carriera attribuito quest'anno a Marta Morazzoni. Ha assistito alla serata un parterre di circa mille invitati tra ospiti istituzionali, rappresentanti del mondo imprenditoriale, della cultura

e delle case editrici. Tra gli ospiti più importanti: Maria Elisabetta Alberti Casellati (Presidente del Senato), Alberto Bonisoli (Ministro per i Beni e le Attività Culturali), Vincenzo Boccia (Presidente di Confindustria), Alessio Rossi (Presidente Giovani Imprenditori di Confindustria nazionale), Roberto Marcato (Assessore allo Sviluppo Economico ed Energia della Regione Veneto), Vittorio Zappalorto (Prefetto di Venezia), Luigi Brugnaro (Sindaco di Venezia), Emma Marcegaglia (Presidente ENI), Carlo Bonomi (Presidente Assolombarda), Giuseppe Bono (Presidente Fincantieri), Luigino Rossi, Gaetano e Matteo Marzotto, Franca Coin, Vittorio Brumotti. Per il mondo dell'editoria: Enrico Selva Coddè (Amministratore Delegato Mondadori Libri, area trade), Stefano Mauri (Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo GeMS), Carlo Feltrinelli (Presidente Gruppo Feltrinelli), Luigi Brioschi (Presidente Guanda).

I premi per i finalisti del Premio Campiello e dell'Opera Prima sono stati realizzati da Salviati, che dal 1859 è tra le fornaci di eccellenza che operano nel vetro di Murano. Il premio in vetro per il vincitore del Campiello Giovani è stato realizzato dalla Scuola del Vetro Abate Zanetti. Gli abiti indossati dalle hostess sono stati disegnati dall'atelier milanese Fontana Couture e le calzature dall'azienda Rossi Moda. Il materiale di comunicazione è stato realizzato da Grafiche Antiga grazie alla creatività di Studio Lanza.

Il Premio Campiello, istituito nel 1962 dagli Industriali del Veneto, è promosso e gestito dalla Fondazione Il Campiello, composta dalle Associazioni Industriali del Veneto e dalla loro Federazione regionale. È uno dei pochi casi di successo in Italia di connessione concreta e strategica tra mondo dell'impresa e della cultura, accreditandosi come una delle più importanti competizioni letterarie italiane.

Diego Mazzetto

15 BUSINESS
shoes

COMMERCIO ALL'INGROSSO
NASTRO CHIUSURA A STRAPPO
NORMALE E ADESIVO
PER ALTA FREQUENZA

lesatex

Via Portenari, 2/D
30175 VENEZIA-MARGHERA
TEL. 041.923.065 FAX 041.929.616
www.lesatex.com
info@lesatex.it

nastro a chiusura universale



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



FASCIATURA TACCHI E SUOLETTE - CAMBRATURA TOMAIE
INCASTRI - MONOBLOCCHIE CUOIO

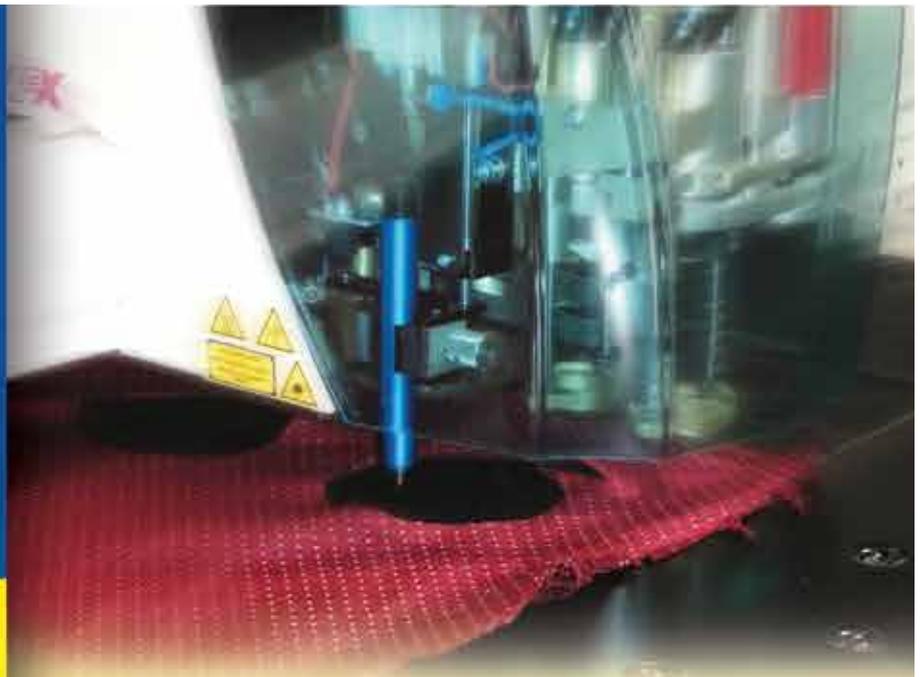


TRANCERIA

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



Fashion Wall Lab srl

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

Indirizzo PEC: fashionwalllabsrl@legalmail.it

www.fashionwall.it

cell. 3498353163

info@fashionwall.it

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



MICAM, PIACE SEMPRE PIÙ AD ORIENTE IN ARCHIVIO UN'EDIZIONE IN CRESCITA

Micam, la manifestazione internazionale della calzatura più importante al mondo, ha chiuso a Fiera Milano (Rho) l'edizione numero 86 con 45.424 visitatori, di cui 27.272 esteri (+1,6%) e 18.152 italiani (+4,3%). Numero di visitatori in linea con l'edizione di settembre 2017 e che registrano un aumento del 2,7% rispetto a febbraio 2018.

Sul fronte internazionale si rileva una forte crescita dei visitatori provenienti da Cina e Hong Kong, che insieme crescono del 68,6%; segnali positivi anche dal Nord America con un aumento del 43,2%. Nei mercati Ue, ottime le performance della Spagna che segna un incoraggiante +9,6%, seguita dal Portogallo con +4,5% e la Svizzera che si conferma piattaforma logistica di riferimento per il settore con un aumento del +7,8%. Calano Francia e Germania e la presenza di buyer provenienti da Russia e Csi.

“Micam resta una manifestazione a forte vocazione internazionale. Per mantenere questo primato abbiamo chiesto al vicepremier Di Maio, in occasione della sua visita, di liberare quante più risorse possibili a favore delle Pmi e lavoro per abbattere il cuneo fiscale – afferma Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici – perché solo in questo modo le aziende potranno pagare di più i dipendenti, guadagnare in competitività e investire, creando ricchezza e favorendo la ripresa dei consumi. È fondamentale inoltre togliere le sanzioni alla Russia che impattano in modo negativo sulla presenza dei loro compratori. Infine urge la creazione di una norma a livello europeo sull'etichettatura di origine obbligatoria per tutelare l'eccellenza della produzione manifatturiera”.

In questa edizione, oltre alle aziende

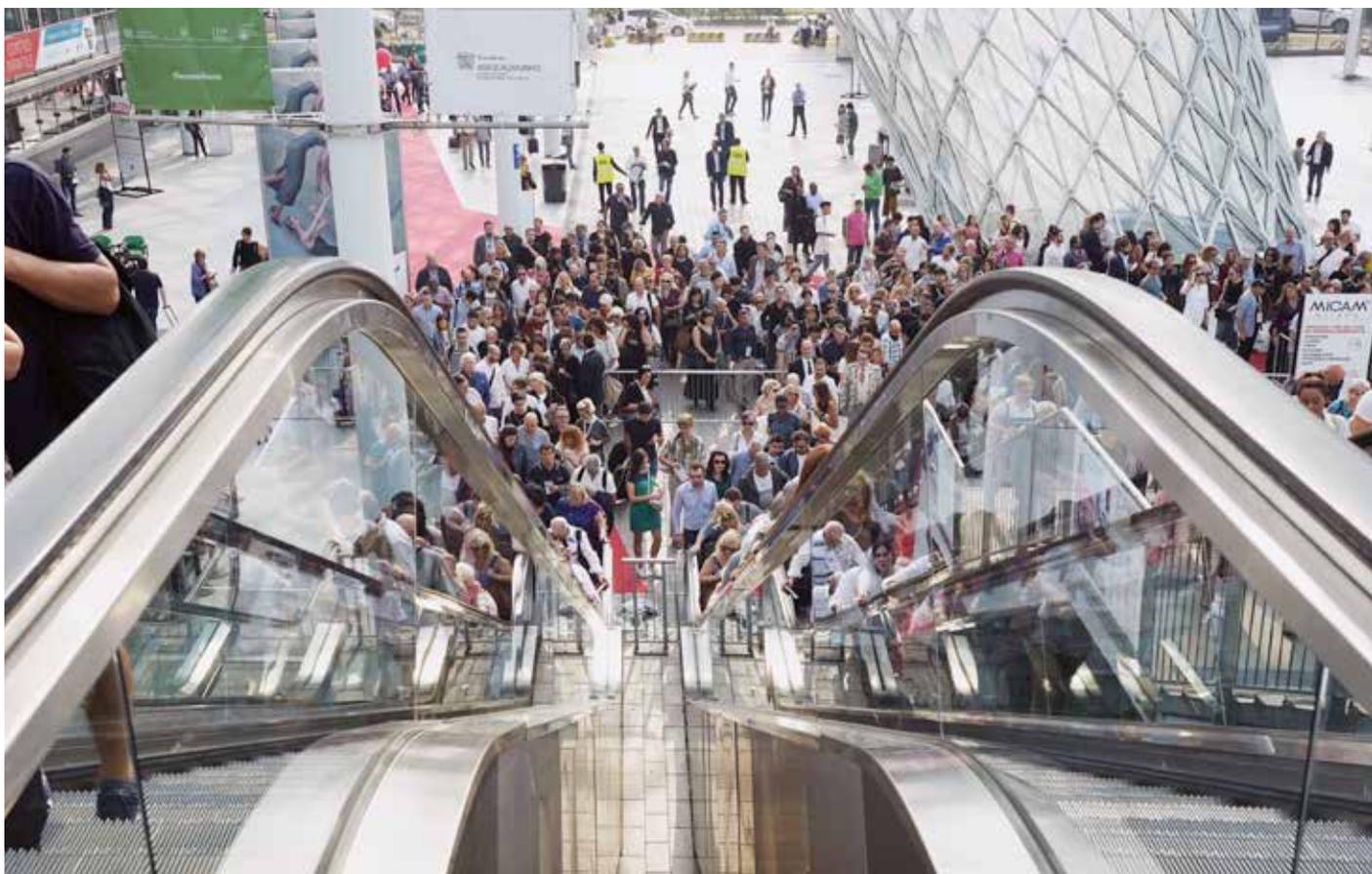


storiche che rappresentano il cuore pulsante della manifestazione, presenti in fiera personaggi illustri come lo stilista americano Tommy Hilfiger, che ha mostrato grande apprezzamento per il Made in Italy.

Le tendenze della stagione Primavera/Estate 2019 si ispirano alla meditazione, al benessere sia fisico che mentale, con

una palette cromatica che ha la capacità di influire positivamente sull'umore.

Particolare l'ispirazione bohemien, ricca di spunti stilistici retrò che rimandano ad atmosfere estive, a paesaggi lontani. Altrettanto dirompente è la ricerca dell'autenticità, che si incarna in accessori senza tempo, dai disegni e dalle stampe che rivelano una voglia di emer-



gere e di lottare per le proprie convinzioni. Le forme sono essenziali, classiche o rielaborate; i colori, invece, luminosi e vivaci.

In Touch è la più introspettiva delle tendenze della Primavera/Estate 2019. Star bene, principalmente con se stessi, diventa una nuova fonte d'ispirazione. Il design degli accessori, dei gioielli e delle scarpe rimandano infatti alla meditazione e alla cromoterapia, dove la scelta dei colori utilizzati ha la finalità di influire positivamente sull'umore di chi li indossa. Le calzature hanno forme essenziali quasi concettuali. Materiali di ultima generazione, particolarmente piacevoli al tatto, riproducono un effetto acqua e si combinano ai toni caldi della palette con sfumature audaci e inaspettate.

Anche per l'uomo la tendenza In Touch propone il tema del benessere sia fisico che mentale, con riferimenti al mondo della tecnologia. Le forme classiche, ma rielaborate, creano un design regolabile e funzionale. La palette cromatica è varia e utilizza toni e stampe dall'effetto

rilassante. I colori sono luminosi, per creare maggior contrasto con i materiali utilizzati per le finiture. Le nuance riflettono un senso di tranquillità e sono state accuratamente scelte per influenzare l'umore e dar vita a un nuovo benessere spirituale. I toni luminosi diventano quasi cromatici, mentre i pastelli soft si intrecciano in delicati contrasti. Common Ground è la voglia di tornare alle origini e di ricollegarsi alle tradizioni di appartenenza.

L'ispirazione bohemien della primavera/estate 2019 ripercorre il decennio che va dagli anni '90 fino all'inizio degli anni 2000. Un periodo ricco di spunti stilistici ritorna in scena con riferimenti pittorici e di interior design. Toni cromatici richiamano i colori caldi della terra e sono abbinati a tonalità più luminose, in una palette che esprime il senso del lusso. Common Ground prende spunto dall'artigianato come espressione artistica e individualista dell'uomo. Un viaggio romantico sulla costa. Atmosfere estive richiamano paesaggi americani con motivi e disegni d'in-

fluenza retrò. La palette di colori del Common Ground si esprime attraverso i toni dorati di un tramonto sull'oceano: dall'oro al rosso, dal giallo all'azzurro del mare.

In un mondo sempre più politicizzato, la tendenza Creative Manifesto celebra l'esigenza di prendere posizione e fare la differenza. I disegni rivelano la voglia di emergere e lottare per le proprie convinzioni: cresce quindi la popolarità di prodotti che sono dei manuali per gli slogan.

La palette cromatica è caratterizzata da colori audaci, rinvigoriti ulteriormente da una vasta gamma di accesi toni militari o neutri e più morbidi. La tendenza incarna la ricerca dell'autenticità, infrangendo le regole e sfidando i disordini globali attraverso collaborazione e creatività. Il tema degli accessori è la giovinezza per scarpe dallo stile "senza tempo". La palette cromatica è dominata da un senso di profondo ottimismo e di azione, combina toni militari con colori primari vivaci, donando un'attrattiva transpersonale.

Eccellenze mondiali: Politecnico e Parsons school of Design di New York



È sicuramente tra i progetti più interessanti e ricchi di soddisfazione quello partito nel mese di ottobre con l'ottava edizione tra il Politecnico Calzaturiero e la Parsons School of Design di New York, il primo istituto negli Stati Uniti a offrire programmi in fashion design, pubblicità, design d'interni e progettazione grafica e, a oggi, proponente tredici programmi di lauree triennali e diciassette di laurea magistrale. È largamente considerata come una delle scuole d'arte e design più prestigiosa del mondo ed è attualmente classificata come la prima scuola di arte e design negli Stati Uniti e la seconda al mondo,

proprio a seguito del Royal College of Art di Londra. Negli anni ha ospitato importanti stilisti e designer come Marc Jacobs, Dean e Dan Caten, Alexander Wang, Tom Ford, Donna Karan e Narciso Rodriguez.

«È un risultato di grande prestigio per il nostro Politecnico e per il nostro distretto - commenta Franco Ballin -. I migliori designer del mondo guardano a noi e riconoscono le competenze dei nostri giovani. Questo progetto rappresenta un'ottima opportunità sia per i nostri ragazzi che vivono un'esperienza unica ed esercitano sul campo le attività che apprendono a scuola,

sia per le importanti aziende della Riviera che annualmente collaborano con la scuola con impegno e dedizione nella realizzazione dei modelli, le quali possono entrare in contatto con i futuri protagonisti della moda a livello mondiale».

Grazie alla connessione tra le due scuole, gli studenti del terzo anno specialistico "Industrializzazione Modelli e Strutture" della Scuola di Design e Tecnica della Calzatura del Politecnico e i laureandi della New Parsons School of Design hanno l'opportunità di lavorare insieme per la progettazione e la produzione di calzature, componente fondamentale del lavoro di tesi de-

gli studenti della Parsons. I laureandi Parsons, come attività finale del loro percorso di studi, devono realizzare una collezione di abiti cui poi associano delle calzature prodotte dal Politecnico Calzaturiero: tutto l'outfit è protagonista di una sfilata di beneficenza realizzata per la fine del corso di Laurea, cui partecipano ogni anno i più illustri rappresentanti della moda e dello stile a livello mondiale.

Oltre alla consueta programmazione (preselezione di venti semifinalisti presso la Parsons, selezione di dieci finalisti al Politecnico Calzaturiero, creazione di dieci modelli da parte del Politecnico, e successivo sviluppo di quattro paia di scarpe per ogni modello selezionato – variando colori e materiali), quest'anno si è aggiunta una selezione di borse: dei tre progetti più interessanti tra i dieci che saranno scelti, saranno realizzate anche le borse che gli stilisti hanno previsto nella loro collezione. Quindi a metà marzo saranno spedite a New York quaranta paia di scarpe più tre borse.

La Scuola di Design e Tecnica della Calzatura e della Pelletteria del Politecnico Calzaturiero, fondata nel 1923, nel cuore della Riviera del Brenta, ha contribuito in modo determinante alla crescita e allo sviluppo del distretto italiano, ove si realizzano le scarpe più belle del mondo. Oltre il 90% delle risorse umane che operano nel Distretto Calzaturiero Brentano hanno frequentato la Scuola e ogni anno centinaia di allievi - provenienti da tutta Italia – si iscrivono per imparare la professione del Designer, del Modellista e del Tecnico di Calzature. La Scuola si distingue da altre realtà italiane ed europee per il mix di tre aspetti fondamentali: il primo è rappresentato dal percorso formativo che consente di ap-



prendere operando “sul campo” il processo produttivo della calzatura e recentemente anche dell'accessorio borsa, dall'idea dello stilista, passando attraverso la realizzazione del modello, fino al prodotto finito; il secondo dal fatto che i docenti sono imprenditori, stilisti, modellisti, tecnici e consulenti provenienti dalle aziende calzaturiere e dal mondo della moda: ciò garantisce un continuo aggiornamento di competenze e programmi didattici. Infine il terzo è il collegamento costante con le aziende del settore che consente agli studenti di poter usufruire di stage in itinere o al termine del percorso formativo e, soprattutto, di ottenere un impiego. I numeri degli iscritti sono in continua ascesa, segno di un distretto che ha capacità di innovarsi ma anche di un interesse di molti giovani

a questo settore. Anche il livello di competenze in ingresso dei ragazzi è in continuo aumento: cresce la percentuale degli studenti che già hanno conseguito un diploma di laurea così come il numero di coloro che provengono da altri paesi come Spagna, Polonia, Albania, Romania, Nigeria, Cina, Marocco, India, Svizzera, Russia, Moldavia, Tunisia, Albania, Messico. Per rispondere alle esigenze di un settore che richiede una continua innovazione e risorse sempre più qualificate, il Politecnico ha introdotto anche quest'anno importanti novità nella propria offerta didattica, abbinando conoscenze artigianali con nuove soluzioni tecnologiche. Sono inoltre stati effettuati significativi investimenti in nuovi macchinari, sia per le prove sui prodotti che per la prototipazione: le nuo-



ve stampanti e scanner 3D saranno inoltre utilizzate anche per l'attività del FABLAB, l'iniziativa del Politecnico rivolta ai giovani per favorire la creazione di nuova impresa. Quest'anno, inoltre, ci si concentrerà anche molto sul fatto a mano con ben quattro corsi distinti per Modellisti, Artigiani e Operatori del settore e per soggetti alla prima esperienza.

La Scuola vanta molti riconoscimenti nazionali e internazionali e opera all'interno di un network di cui fanno parte Scuole, Università, Istituzioni Internazionali; importanti collaborazioni sussistono, come evidenziato all'inizio, con la Parsons School of Design di New York, con il governo Nigeriano, con il Guangzhou Panyu Polytechnic.

Le strategie future intendono candidare il Politecnico Calzaturiero quale scuola riconosciuta a livello mondiale, agente di innovazione e trasformazione del distretto, driver di internazionalizzazione, luogo di turismo industriale, incubatore di nuovi modelli di business e di nuove imprese.

Diego Mazzetto



VERSACE DIVENTA AMERICANA IL GRUPPO PASSA A MICHAEL KORS

Nel precedente numero di *Business Shoes*, abbiamo dedicato la copertina e un ampio articolo ai quarant'anni di moda firmata Versace. Ora prendiamo atto del passaggio della prestigiosa casa di moda italiana al gruppo americano di Michael Kors.

Dopo aver acquistato Jimmy Choo, il marchio londinese delle scarpe e accessori di lusso, Kors è diventato proprietario alla fine di settembre anche del 100% della *maison* Versace per un valore di 1,83 miliardi di euro, circa 2,12 miliardi di dollari.

Il gruppo Usa ha rilevato la totalità delle azioni che erano in mano per l'80% alla famiglia Versace e per il 20% al fondo *Blackstone*. Nella transazione per l'acquisto della società la famiglia Versace riceverà 150 milioni di euro del prezzo di acquisto in azioni di *Capri Holdings Limited*, il nuovo nome adottato da *Michael Kors Holdings Limited* alla chiusura dell'acquisizione.

Nome, spiega la società americana, ispirato "alla leggendaria isola che è stata a lungo riconosciuta come destinazione iconica, glamour e di lusso".

Dopo l'acquisizione da parte di Michael Kors, Donatella Versace è rimasta nella società con il ruolo di direttore creativo del gruppo.

"Lo stile iconico di Donatella è al centro dell'estetica del design di Versace. Lei continuerà a guidare la visione creativa dell'azienda. Sono entusiasta di avere l'opportunità di lavorare con Donatella sul prossimo capitolo di cresci-



Michael Kors

ta di Versace", ha detto John D. Idol, Chairman and Chief Executive Officer di Michael Kors Holdings.

"Santo, Allegra ed io siamo consapevoli che questo prossimo passo consentirà a Versace di raggiungere il suo pieno potenziale. Siamo molto felici di unirci al gruppo guidato da John Idol, che ho sempre ammirato come un leader visionario ma anche forte e appassionato. Riteniamo che essere parte di questo gruppo sia essenziale per il successo nel lungo termine di Versace", ha dichiarato Donatella Versace commentando la cessione dell'azienda.

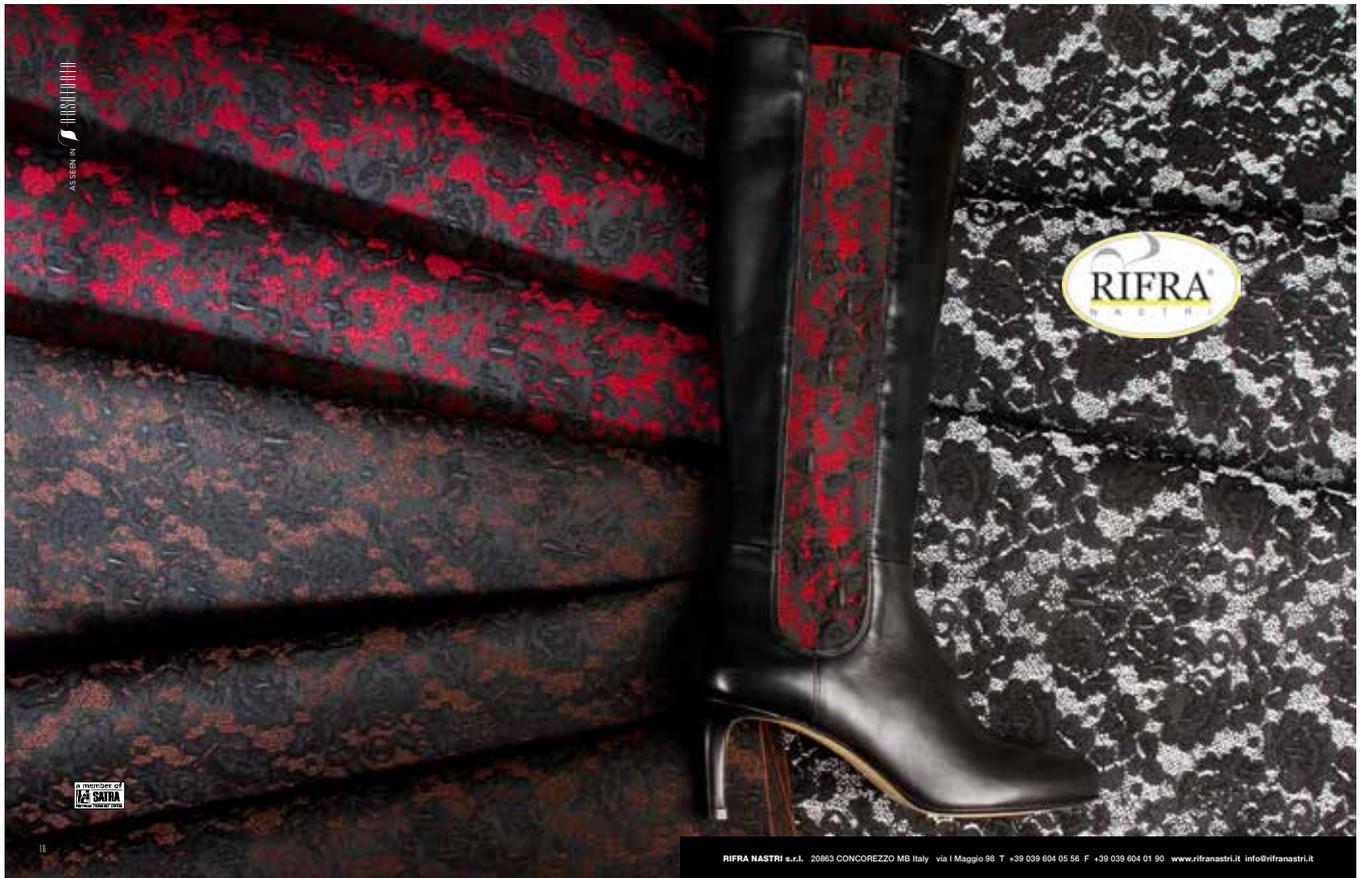
Attualmente, la Michael Kors Limited, la società che verrà rimpiazzata dalla nuova capogruppo, capitalizza sul mercato 9,9 miliardi di dollari. I suoi principali azionisti sono Vanguard Group, con il 10,3% delle azioni, segui-

to da Blackrock (7,45%) e State Street (4,77%).

L'obiettivo strategico che si dà Kors-Capri per Versace è di far crescere fino a 2 miliardi di dollari i ricavi annuali nel lungo periodo (1,2 miliardi al 2022), aumentare i negozi fino a trecento (duecentocinquanta al 2022), spingere la crescita dell'*e-commerce* e del canale *omni-channel*, portare gli accessori e le calzature maschili e femminili dal 35% al 60% dei ricavi.

I benefici attesi per il Gruppo americano nel suo complesso, oltre alle potenziali sinergie, sono la crescita delle vendite fino a otto miliardi di dollari nel lungo termine, l'espansione del polo del lusso oltre ad una diversificazione del portafoglio geografico, portando le Americhe dal 66% al 57% dei ricavi, l'Europa dal 23% al 24% e l'Asia dall'11% al 19%.

Diego Mazzetto



MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



Per informazioni www.lovatoforniture.it

PRODUZIONE SOTTOPIEDI
E ANATOMICI

P.A.T. SRL



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

ZERBINATI LUCIANO S.r.l.

Vendita componenti per:

**CALZATURE, PELLETTERIE
E CONFEZIONI**

**TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI
SOLETTIFICI**

**RAPPRESENTANTE
PER IL VENETO**



Lavorazioni Ornamentali
su Tomaie e Cuciture
Opanka
By Milan Carmela

**DISTRIBUTORE SPECIALIZZATO
IN SCHIUMA DI LATTICE**

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



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

Ridare dignità ai lavoratori: questo il progetto della Cooperativa Solidalia



L'ex sindaco di Vigonza Nunzio Tacchetto, Stefano e Roberto Gentile e un'operaia

Quando si esce dal capannone della cooperativa sociale Solidalia di Peraga di Vigonza si fatica, davvero, a tornare serenamente alla realtà quotidiana. Potrebbe sembrare una frase fatta, un'esagerazione. E invece no, qui si tocca con mano la realtà di tante persone dalle culture e dalle storie più diverse: persone che hanno perso il lavoro improvvisamente, che stanno scontando la reclusione per errori del passato, uomini e donne in fuga da terre ostili.

Tante persone dalle storie più diverse che però, nel momento della disperazione, hanno trovato una mano tesa pronta a restituire loro la dignità di esseri umani. Solidalia è nata alcuni anni fa da un'idea dell'allora sindaco di Vigonza Nunzio Tacchetto e da Paolo Tosato, che riveste il ruolo di Presidente. Il luogo scelto è sicuramente azzecato, essendo la Riviera

del Brenta uno dei distretti industriali più importanti del Veneto. La realizzazione del progetto è stata resa possibile grazie a una rete di collaborazioni con numerosi protagonisti: il Comune di Vigonza, le cooperative sociali Fratres, Primavera e Solidarietà, la Fondazione Cariparo, la Regione Veneto e la Caritas diocesana.

Roberto e Stefano Gentile sono i responsabili del progetto e ci accolgono con entusiasmo nella sede di via del Progresso (il nome non poteva essere più adatto), a Peraga di Vigonza per darci indicazioni sulla *mission* di Solidalia, una cooperativa sociale di tipo B che da ormai tre anni opera nel territorio con l'obiettivo di creare nuovi sistemi produttivi con al primo posto la solidarietà. "Il nostro impegno – sottolinea Roberto – è quello di reinserire nel mondo lavorativo persone deboli e svantaggiate, contribuendo allo

sviluppo di nuove attività imprenditoriali in grado di garantire nuove opportunità professionali. Gli ambiti lavorativi e i servizi in cui opera Solidalia sono molteplici. Nel laboratorio sociale sono svolte attività di assemblaggio meccanico/elettrico e altre tipologie. Nel 2014, da un *working by out* di un'azienda, abbiamo avviato il calzaturificio producendo da alcune stagioni migliaia di paia di calzature da donna di fascia medio-alta, con ottime soddisfazioni. Siamo pronti anche a operare nel settore della maglieria, dopo un periodo dedicato alle campionature con alcuni clienti, producendo capi di altissima qualità e artigianalità: partendo dal filato alla creazione della tela, per poi passare al confezionamento. L'azione di Solidalia ha, di fatto, un duplice obiettivo: da un lato ridare una possibilità lavorativa alle persone estromesse dal mondo dell'im-

piego e dall'altro valorizzare l'artigianato e l'alta manifattura italiana (il Made in Italy, soprattutto nel campo della moda)".

In parole semplici, nella sede di Peraga sono accolte persone che, nonostante situazioni personali difficili, dimostrano una grande voglia di risollevarsi e rimettersi in gioco. Tra loro anche il lavoratore licenziato che ha superato la soglia dei cinquant'anni e che difficilmente riesce a trovare nuovamente un'occupazione. Solidalia lo aiuta a crearsi una nuova professionalità e lo propone con un contratto vantaggioso alle aziende interessate le quali, spesso, ne sono così soddisfatte da assumerlo con contratto definitivo.

"Come è successo – precisa Roberto – per alcuni lavoratori africani giunti con il fenomeno dell'immigrazione: si sono impegnati e hanno imparato bene il mestiere. Dopo un periodo di prova presso le fabbriche di calzature sono stati assunti. Ora sono autonomi e stanno acquistando casa in proprio. È bello vederli spiccare il volo, restituire loro il sorriso e la dignità".

Lo stesso discorso vale per le persone che si recano al lavoro presso Solidalia dal carcere di Padova. "Anche per loro il nostro ambiente rappresenta una possibilità di riscatto attraverso un impiego – sottolinea Stefano Gentile – e devo dire che ci sono soggetti bravissimi e molto impegnati". Ma ci sono anche altre ragioni per cui Solidalia rappresenta un punto di valore nel campo dell'occupazione. "Contribuendo alla promozione del lavoro e alla sua qualità – prosegue Roberto – la nostra cooperativa collabora sia alla salvaguardia dei livelli occupazionali della comunità, sia alla tutela dei rischi di delocalizzazione industriale creando un *networking* locale. Solidalia, infatti, non solo introduce nella filiera produttiva locale persone svantaggiate normalmente escluse e lasciate ai margini del mercato del lavoro, ma negli anni ha creato e consolidato una rete di relazioni con altre imprese del territorio: realtà produttive che sono in grado di ri-





conoscere che lo sviluppo economico si innesca a partire dalla valorizzazione sociale delle loro scelte imprenditoriali”.

Ma è nel contesto delle persone con disabilità che Solidalia offre un aiuto concreto e di importante valenza. “In base alla legge- conclude Roberto Gentile - le aziende che superano i quindici dipendenti devono assumere delle persone disabili in percentuale al numero dei lavoratori dell’azienda stessa. In caso contrario, l’azienda non può partecipare ai bandi pubblici e a molti di quelli privati, ed è soggetta a pesanti sanzioni. È in questo contesto che Solidalia entra in campo a sostegno delle aziende. Grazie all’Art. 14 della Legge Biagi, alle aziende è concessa l’opportunità di assumere il lavoratore svantaggiato tramite cooperative sociali di tipo B nei confronti delle quali l’impresa si impegna ad affidare commesse di lavoro in modo da coprire il costo dei lavoratori inseriti e i rispettivi costi di produzione. Solidalia in questo modo consegue uno dei suoi



obiettivi, ovvero riorientare e reinserire la persona disabile a un’attività lavorativa rispondente alle sue capacità residue e potenzialità”. Con questo impegno Solidalia riesce attualmente a dare lavoro a

più di un centinaio di persone: un vero successo che merita davvero un plauso in un mondo, come quello attuale, sempre meno attento e disposto verso le persone più sfortunate.



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

info@coopsolidalia.com - calzature@coopsolidalia.com

NOVITA'

MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua



Per informazioni www.lovatorforniture.it

MIPEL, TRADIZIONE E ARTIGIANALITÀ QUESTA È LA RICETTA CHE FUNZIONA

Si è conclusa l'edizione 114 di Mipel, la terza sotto la regia di Danny D'Alessandro, Direttore Generale di Assopellettieri e Amministratore Delegato di Mipel, manifestazione che gode di consolidate collaborazioni con Ice-Agenzia, Ministero dello Sviluppo economico, Regione Lombardia, Comune di Milano, Camera Nazionale della Moda Italiana e Camera Italiana Buyer Moda.

Crescono sia il numero degli espositori che quello dei visitatori. Per la terza volta consecutiva è stato raggiunto l'obiettivo del "tutto esaurito": oltre 65 i nuovi espositori all'interno del Padiglione 10, che ha visto anche raddoppiarsi gli spazi espositivi nell'area "Scenario", l'hub di riferimento della "new generation" di pellettieri. All'interno di "Mipel Hall Spazio", l'area dedicata agli Overseas Manufacturers, collocato al padiglione 12 e direttamente collegato con Mipel, gli espositori sono stati oltre 90. Con riferimento ai visitatori, si conferma il trend positivo. Le presenze sono aumentate rispetto a quelle di febbraio 2018 e settembre 2017 - la migliore edizione di sempre, prima di quella appena conclusa - con "picchi" nei primi due giorni di manifestazione. Positive le presenze dei buyer "domestici", in linea con quelle delle ultime edizioni.

Sul fronte dei mercati esteri, è stata registrata una notevole affluenza di visitatori provenienti da Giappone e Corea Del Sud - ciò anche grazie alle recenti



e consolidate iniziative di promozione internazionale le cui ultime edizioni si sono tenute a Seoul (ottobre 2017 e marzo 2018) e Tokyo (luglio 2018) -, Cina, Russia e Ucraina (in questo caso in sensibile incremento, pari a circa il 10%). Ottime an-

che le presenze di visitatori qualificati provenienti da Stati Uniti e Australia.

“Le due principali novità dell'edizione - la presentazione delle quattro capsule collection realizzate da quattro aziende storiche espositrici di Mipel con la par-



tecipazione di quattro designer emergenti e grazie alla collaborazione di Assopellettieri e il lancio della collezione 'discord by Yohji Yamamoto' - confermano sempre più la mission di Mipel: hub creativo d'eccellenza, punto d'incontro per i diversi soggetti della filiera produttiva - commenta Riccardo Braccialini, Presidente di Assopellettieri e di Mipel.

Danny D'Alessandro aggiunge: "Stiamo crescendo e consolidando un ruolo importante a livello internazionale. Mipel è una piattaforma a disposizione del sistema produttivo della pelletteria e rappresenta un esempio dell'Italia che funziona e che ha voglia di vincere la competizione internazionale. Siamo aperti al futuro e all'innovazione. Chiediamo alle nostre aziende di credere nelle nostre proposte".

La prossima edizione di Mipel si svolgerà dal 10 al 13 febbraio 2019 presso Fieramilano-Rho, come sempre in concomitanza con Micam.

Assopellettieri e Ykk hanno presentato a Mipel 114 un progetto

di filiera realizzato con la collaborazione di Unic-Concerie Italiane e l'Alta Scuola di Pelletteria di Scandicci.

L'innovativo progetto vuole mostrare il complesso lavoro di squadra e l'eccezionale dispiegamento di professionalità e know-how che si cela dietro la creazione dell'oggetto borsa, rigorosamente Made in Italy.

Attraverso questa iniziativa i visitatori avranno l'occasione di comprendere a fondo come opera la filiera della pelletteria dal concepimento dell'idea alla sua realizzazione.

Il progetto verrà presentato in un'area dedicata di 37 mq posizionata all'interno del Padiglione 10 e vede la realizzazione di un oggetto-simbolo: una pochette in pelle ispirata al tema della nuova edizione di Mipel, "Memories Box", che verrà prodotta in 200 esemplari limited edition e destinata a diventare una "Must Have Mipel Bag".

L'intero processo realizzativo della borsa verrà raccontato in un video-documentario emozio-

nale che mostrerà ogni fase del percorso, dalla progettazione al prodotto finito.

L'iniziativa vede protagonista Ykk Italia, filiale italiana del Gruppo Ykk, leader mondiale nella produzione di accessori da chiusura per i settori abbigliamento, pelletteria, calzatura e arredamento, che per l'occasione ha messo a disposizione i propri prodotti di alta gamma.

L'Alta Scuola di Pelletteria di Scandicci (Firenze), il cui obiettivo è quello di salvaguardare la manodopera e la tradizione fiorentina grazie alla collaborazione con aziende del territorio in grado di progettare percorsi formativi efficaci, si è occupata del design di prodotto.

Unic-Unione Nazionale Industria Conciaria, la più importante associazione mondiale degli industriali conciari e storico partner di Assopellettieri, ha fornito le pelli.

Las si è occupato della fornitura di fodere interne in suede. Montecristo, associata Assopellettieri, ha realizzato le pochette in pelle.



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



NASTROTEX

CUFRA SPA



LA DITTA

Dagli anni '80 la ditta Gini s.n.c. è riuscita letteralmente a "cambiare la pelle", riuscendo ad aggiornarsi in base alle esigenze del mercato e reinventandosi senza perdere la sua identità fortemente integrata nel territorio.

Ha trasformato un gruppo di giovani e inesperti apprendisti, in un valido e affiatato team di artigiani della pelle, che riesce ogni giorno a lavorare con passione, coniugando la più avanzata tecnologia del settore con creatività, qualità, manualità ed esperienza proiettate in una continua evoluzione.

LAVORAZIONI

- taglio pelli e tessuti per arredamento •
- automotive interiors leather •
- taglio accessori pelle e tessuto per abbigliamento •
- taglio e fustellatura materiali plastici, PP PE, ecc. •
- produzione interni ed accessori di caschi da sci e moto •



Gini s.n.c. di Innocenzo & Arnaldo Gini

Via Sule, 3 - 37044 Cologna Veneta (Vr) - Tel 0442 85721

www.helmet.it - e-mail gini.snc@tiscali.it - info@helmet.it



SCATOLIFICIO 2G di Giantin Giancarlo & C. S.a.s. - Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Villatora di Saonara PD
Tel. +39 049 640366 - Fax +39 049 644888 - www.scatoleduegi.it - info@scatoleduegi.it



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.



Polonia, sviluppo con i fondi europei

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



La Polonia è uno dei Paesi entrati nella UE relativamente tardi: dopo la disgregazione dell'area di influenza sovietica negli anni '90 e un decennio di preparazione dell'economia, la Polonia ha infatti aderito all'UE nel 2004. Dopo l'ingresso nell'Unione, l'economia polacca ha conosciuto una fase di crescita sostenuta, grazie all'aumento delle esportazioni, della produzione industriale e della domanda interna. L'afflusso di oltre 60 miliardi di euro di fondi strutturali UE nel periodo 2007-2013 nell'ambito della politica di coesione (utilizzati per ben il 97,4%) e i consistenti investimenti diretti esteri, che negli ultimi 10 anni si sono attestati tra i 120 e i 180 miliardi di euro all'anno, hanno dato ulteriore impulso all'economia, facendole recuperare rapidamente posizioni sia tra le economie europee che tra quelle mondiali. Nella sua rincorsa alle economie

di prima fascia, hanno certamente contribuito alcuni fattori oggettivi, come una popolazione numerosa (circa 40 milioni di persone), una vocazione industriale storicamente molto forte, la posizione geografica favorevole al commercio, un mercato interno dinamico e da modernizzare, le consistenti rimesse dei lavoratori emigrati negli anni '90 (soprattutto in Germania).

In generale la transizione dall'economia di stampo sovietico a quella di mercato e soprattutto all'adesione alla UE ha portato all'economia polacca dei vantaggi altissimi, difficili da riscontrare in altri Paesi, grazie a fattori oggettivi ma anche grazie alla capacità della classe dirigente di sfruttare al massimo le occasioni date dall'economia di mercato e dall'UE. Dal 1989 infatti, anno della conquista della democrazia e dell'apertura all'economia di mercato, la Polonia ha saputo da subi-

to rinnovare la classe dirigente e le strutture produttive, innescando un ciclo virtuoso della propria economia. Dal 2004, anno in cui la Polonia è stata accolta nell'UE e quindi è diventata destinataria di fondi strutturali e ha dovuto uniformare le proprie leggi a quelle europee, la performance dell'economia ha subito un ulteriore balzo in avanti: per esempio il Pil è più che raddoppiato, le esportazioni sono aumentate del 350%, lo stock degli investimenti diretti dall'estero è passato da 45 miliardi di euro del 2004 ai quasi 200 miliardi di euro del 2017, il tasso di disoccupazione è sceso dal 20% al 6,8% (sono stati creati oltre due milioni di posti di lavoro).

Da qui al 2020 la Polonia avrà poi a disposizione per lo sviluppo anche circa 80 miliardi di euro di fondi di coesione europei e altri finanziamenti comunitari per un totale di circa



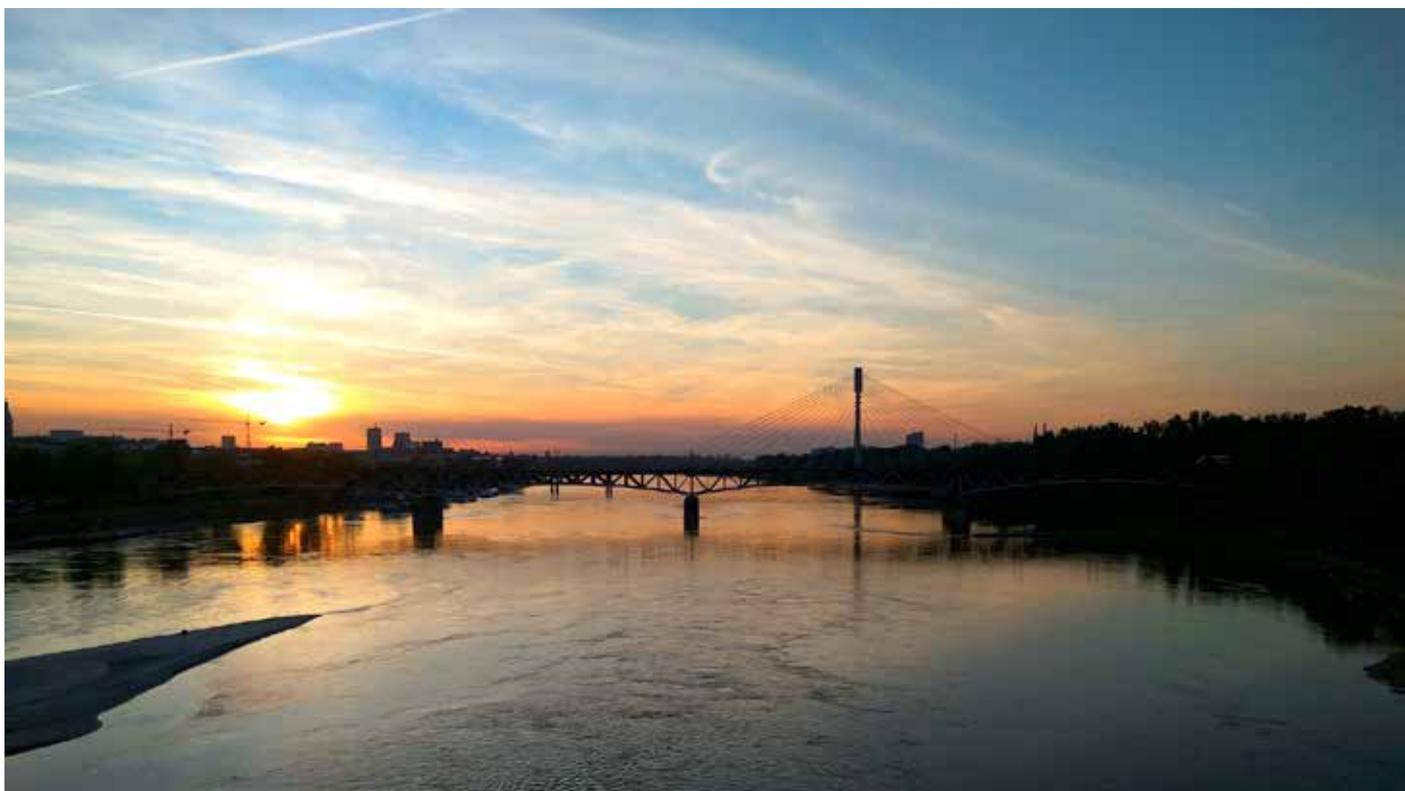
100 miliardi di euro.

Se dal punto di vista economico tutto sembra essere ottimale, dal punto di vista politico si sono invece create le prime crepe con l'UE (va ricordato che circa il 75% dell'export polacco è destinato ad altri Paesi UE) e i vicini a est, che potrebbero porre dei seri ostacoli al percorso di crescita dell'economia nei prossimi anni. La situazione è complessa perché da un lato ci sono le continue tensioni tra Ucraina e Russia, con le quali la Polonia deve convivere, ma che rischiano di avere pesanti conseguenze sull'economia in caso di una escalation politica o militare. Dall'altro lato le relazioni con l'UE sono ancora buone, ma per qualche anno il governo (espressione del partito della destra nazionalista Diritto e Libertà, che ha ottenuto il contemporaneo controllo della Presidenza della Repubblica, del governo, della Camera e del Sena-

to) ha avuto un orientamento profondamente euroscettico e in aperto conflitto con i principi e la normativa dell'UE, creando tensioni e ripercussioni sulla fiducia e sull'affidabilità della Polonia. Dal 2017 il governo è stato affidato a Mateusz Morawiecki, esponente dell'ala più moderata del partito di governo, che ha provveduto ad allentare le tensioni con l'Unione e a varare una serie di riforme orientate a placare le tensioni sociali e ad appianare i diversi gradi di sviluppo economico sul territorio causati dalla forte crescita economica degli ultimi due decenni, attraverso un ambizioso piano pluriennale che intende indirizzare investimenti per un totale di circa 230 miliardi di euro. Inoltre, superata la parentesi euroscettica, per la Polonia è tornato di primaria importanza il rapporto con l'Unione Europea, sfruttando al meglio i benefici derivanti dall'adesione per

dare maggiore competitività al Paese. Nonostante l'esecutivo sia ora più moderato, a tenere alta l'attenzione dei mercati finanziari e delle imprese non polacche che operano nel Paese sono le sempre possibili derive nazionaliste e centraliste del governo (che al momento è moderato ma di cui fanno parte componenti ben più estremiste), che negli ultimi anni ha visto diverse proposte di legge per favorire gli investimenti nazionali a quelli esteri e per introdurre nuove tasse per i gruppi stranieri della grande distribuzione e del settore bancario. Più in generale preoccupa la possibilità di arrivare a un aumento incontrollato della spesa pubblica dopo decenni di rigore per favorire i trasferimenti al posto degli investimenti.

Come detto, i fondamentali dell'economia sono al momento estremamente buoni, a partire dal Pil, che non solo ha tenuto negli anni



Il ponte sul fiume Vistola a Varsavia

immediatamente post crisi, ma ha anche ripreso a correre: dal 2% del 2012 e dall'1,5% del 2013, si è attestato stabilmente sopra il 3% annuo, con un aumento del 3,3% nel 2014, del 3,6% nel 2015, del 3% nel 2016 e del 4,6% nel 2017. Per il prossimo biennio le previsioni sono buone e indicano un rafforzamento della crescita con un aumento annuo tendenziale del 4,5-5,5%. Negli ultimi anni la Polonia ha tratto notevole vantaggio dalla posizione strategica al centro delle principali direttrici commerciali europee e dalla sua attrattività per le aziende europee e non, soprattutto quelle operanti in settori ad alto contenuto tecnologico (servizi informatici, telecomunicazioni e software, tra cui per esempio Google), grazie anche agli incentivi fiscali e amministrativi che sono stati offerti nelle 14 zone economiche speciali e di recente espansi a tutto il territorio nazionale, alla disponibilità di manodopera giovane e qualificata e alle notevoli risorse finanziarie derivanti

dai fondi strutturali UE, utilizzate soprattutto nel settore delle costruzioni e infrastrutture.

Inoltre dal 2015 la spesa per consumi è aumentata, alimentata dal maggior reddito disponibile grazie alle politiche a sostegno delle famiglie con figli e dall'ottimo andamento dell'industria, che ha aumentato la produzione e l'export, con ricadute positive sul fronte occupazionale. Il tasso di disoccupazione è infatti diminuito in maniera costante, e da valori intorno al 12-13% del biennio 2012-2013 è progressivamente calato, fino ad attestarsi al suo minimo storico del 6,6% del 2017.

Segnali contrastanti dall'inflazione, che negli ultimi anni si è mossa intorno allo 0%, con valori massimi del 1,6% nel 2017 e del -0,6% nel 2015. Sotto controllo il debito pubblico, stabile intorno al 50% del Pil e il deficit di bilancio, che complice la favorevole congiuntura economica, si è attestato nel 2017 all'1,7% del Pil.

Infine la bilancia commerciale, che

dal 2015, dopo tanti anni di deficit, ha cominciato a registrare lievi surplus commerciali. In particolare nel 2017 il totale dell'export polacco (diretto per circa il 75% verso altri Paesi UE) ha toccato i 204 miliardi di euro, mentre l'import (circa il 60% proveniente dall'UE) si è attestato a circa 203 miliardi di euro. Per il 2018 sono previsti un aumento dell'export del 6,1% e un aumento dell'import del 7,9%.

I principali Paesi clienti della Polonia nel 2017 sono stati la Germania, la Repubblica Ceca e il Regno Unito; l'Italia, con un controvalore delle merci importate dalla Polonia pari a circa 10 miliardi di euro (contro i 56 miliardi di euro della Germania), si è attestato in quinta posizione, la stessa dei 3 anni precedenti. I primi fornitori della Polonia nel 2017 sono stati la Germania, la Cina e la Russia, con l'Italia in quarta posizione con un controvalore di circa 12,5 miliardi di euro (la Germania ha avuto un controvalore di circa 46 miliardi di euro).



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**

RIPARATORE PER CAMOSCIO



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



A Venezia il primo museo dedicato a Giacomo Casanova



La vita, i viaggi, l'alta società settecentesca e i costumi libertini, le frequentazioni eccellenti, come quelle con Voltaire, Madame de Pompadour e Wolfgang Amadeus Mozart, ma anche la sua curiosità intellettuale e le doti di alchimista, diplomatico, filosofo e agente segreto italiano: a 220 anni dalla morte, avvenuta nel 1798, si rinnova il mito di Giacomo Casanova con il primo museo a lui dedicato, il *Casanova Museum and Experience*, che ha aperto i battenti la scorsa primavera e più precisamente il 2 aprile a Venezia,

la città natale del celebre libertino. Ospitato nelle sale di palazzo Pesaro -Papafava e ideato dall'imprenditore Carlo Parodi, il museo non propone una visita tradizionale: le sei sale del museo delineano l'intera vita e i tanti interessi di Casanova attraverso un allestimento multimediale, tra scenografie, proiezioni di immagini inedite a grandezza naturale e ricostruzioni virtuali.

Casanova nacque a Venezia il 2 aprile 1725. Primo di sei tra fratelli e sorelle era figlio di Gaetano, attore e ballerino



Palazzo Pesaro-Papafava: sede del Museo Casanova a Venezia

originario di Parma, e Zanetta Farussi, detta *la Buranel-la*, attrice veneziana di successo. Fin dall'infanzia i confini della sua esistenza si allargarono sempre più, in un susseguirsi vertiginoso di avventure e disavventure in cui seppe, nelle alterne fortune della propria vita, adeguarsi a vivere passando dal lusso più sfarzoso alla più triste indigenza, intrattenendo rapporti con ladri, imbroglioni e prostitute, ma anche con aristocratici, uomini di corte e di alta cultura. Audace e dissoluto, affamato di sapere, bellezza e di tutto ciò che di interessante la vita poteva offrire, Casanova ricercava il piacere femminile senza *complicazioni sentimentali*: circostanza che gli comportò non poche situazioni imbarazzanti. Dotato di un'intelligenza fuori dal comune, Giacomo visse la sua giovinezza leggendo e assimilando prodigiosamente quanto gli capitava tra le mani, iniziando le sue esperienze amorose e di viaggio fin dalla giovane età, apprendendo tanto il vivere in società quanto le schermaglie e le astuzie amorose di cui sarebbe diventato

presto un vero e proprio *maestro*. Ma uno degli aspetti che ne hanno decretato il *mito* è rappresentato sicuramente dalla rocambolesca fuga dai *Piombi*, le tanto temute carceri veneziane. Per quasi un anno, infatti, Casanova rimase rinchiuso in un'angusta cella. Le accuse che lo hanno condotto alla reclusione sono sempre state oggetto di grande discussione da parte degli storici, ma si suppone che quella principale fosse di "libertinaggio" che comprendeva la frequentazione di donne sposate in spregio alla religione, di circonvenzione di alcuni patrizi e in generale di un comportamento pericoloso per il buon nome e la stabilità del regime aristocratico. Muovendosi per le sale di palazzo Pesaro-Papafava si può godere di un'esperienza in prima persona delle atmosfere, dei suoni, degli scenari e dei costumi che hanno visto protagoniste le vicende legate all'uomo Casanova e al suo tempo. L'esposizione va oltre il mito casanoviano raccontando la storia più vera oltre le luci della ribalta della Venezia settecentesca, svelandone la fragilità, fatta di solitudini e insicurezze,



rendendo Casanova un personaggio eclettico e complesso ancora oggi. Dagli scritti che lo vedono protagonista, fino ai suoi stessi documenti autografi, passando per oggetti e abiti originali dell'epoca, sono estrapolati i momenti più significativi della vita di Giacomo. Un'esperienza che conduce il visitatore alla scoperta del giovane Casanova e della sua famiglia di attori; dei suoi viaggi, delle sue avventure per l'Europa; del poeta e del sofisticato scrittore; del diplomatico e dell'astuto agente segreto; delle donne, dell'amore e della moda del Settecento, fino al mito messo in scena dal cinema che ne ha consacrato le gesta. Il progetto ha anche una valenza storica, oltre che turistica, come dimostra la Fondazione Giacomo Casanova che ha preso vita insieme al Museo. Gli scopi della Fondazione sono quelli di rendere omaggio alla straordinaria figura di Casanova e di far rivivere l'emozione del Settecento veneziano attraverso la vita e i pensieri del celebre scrittore e avventuriero. Un percorso culturale per valorizzare la figura di un intellettuale europeo ante litteram, viaggiatore curioso e instancabile, amato e detestato dai potenti di tutta Europa. Tra gli altri obiettivi, la Fondazione si prefigge non solo

di raccogliere e custodire le opere di Giacomo Casanova (a stampa e non), nonché gli scritti, editi e inediti, e le lettere conservate in fondi privati e pubblici; ma si propone in futuro di contribuire alla realizzazione di altri musei analoghi e mostre itineranti in diverse città europee, con particolare attenzione proprio a quelle città visitate dallo stesso Giacomo nei suoi innumerevoli viaggi: Praga, Parigi, San Pietroburgo e altre ancora. Ulteriore obiettivo della Fondazione, di natura scientifica, è quello di divulgare e promuovere la ricerca sulle opere, la vita e le esperienze di Giacomo Casanova, con l'intento di mettere assieme forze, capacità e iniziative, all'interno di un contesto culturale, imprenditoriale e accademico di interscambio. La Fondazione dunque, si prefigge di promuovere e progettare nuove ricerche e studi su Giacomo Casanova, la sua vita e le sue opere; la pubblicazione di testi e studi riguardanti la sua figura. Il comitato scientifico, cui è stato affidato il progetto da parte del Presidente della Fondazione Carlo Parodi, è diretto dal Prof. Silvio Calzolari e composto dagli studiosi e ricercatori Paolo Cognolato, Maurizio Crovato, Stefano Nicolao, Caterina Sopradassi, Antonio Trampus e Massimiliano Zane.



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 su
www.lovatoforniture.it



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

Prodotti chimici per calzature e pelli
Shoes and Leather care

Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari



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

ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea
Specoplast - Aquasintex



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

Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su
www.lovatoforniture.it

Futurplastic

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



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



LANZI
NASTRIFICIO

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

Zona Industriale Fiumicello 13
52037 Sansepolcro (AR) - ITALY
Tel: +39 0575 742211
Fax: +39 0575 738116

lanzi@lanzinastrificio.com
www.lanzinastrificio.com

BELLO. PRATICO. INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



Per informazioni lovatofed@virgilio.it



MAC SHOES S.r.l.

Unipersonale

Macchine, Accessori e Componenti per Calzature

- Alzi e allunghi per forme
- Cambri 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 - 051 975704 - Fax. 051 975284

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



mercatino

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

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

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.

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

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

Calzaturificio di S. Angelo di Piove di Sacco cerca personale per finissaggio soles (per tingere lis-

sa e suola sotto) e montaggio. Per info: 049 5846098.

Ditta operante nel settore fasciatura da 30 anni offresi per collaborazione con calzaturifici (esperti fasciatura tacchi ecc...). Per informazioni 049 5809594.

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

Ditta disponibile alla realizzazione di colori per il bordo vivo della pelle, per borse e calzature anche in tono colore a campione di pellame. Tel. 041 466334.

Affitto ufficio indipendente mq. 35 in centro a Fosso' (Ve). Tel. 335 7079070.

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

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

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

COMPRIAMO STOCK PELLAME. TEL. 0571 22115



Macchina per applicare strass termoadesivi

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



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

the innovation company
LARPS GROUP

Adesivi per calzature e pelletterie

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



BILANCIA CONTAPEZZI
IN VENDITA ESCLUSIVA
FEDERICO LOVATO T. 041466334

AG
guadagnin

dal 1952

**ACCESSORI E COMPONENTI
PER L'INDUSTRIA
DELLA CALZATURA**

ANTONIO GUADAGNIN & FIGLIO S.r.l.
Via Bruno Buozzi, 22
31044 Montebelluna (Tv)
Tel. 0423/22453 Fax 0423/601954
E-mail: info@guadagninsrl.it

SPAZZOLATRICE PORTATILE



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

IL PACKAGING MADE IN ITALY



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.

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

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

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

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

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

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

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

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



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