EUROPANEWS n. 38 del 12/05/2014 Anno XXV sped. in A.P. 45% Art. 2 comma 20/B Legge 662/96 Fil. di Padova Contiene I.P.

BUSINESS shoes

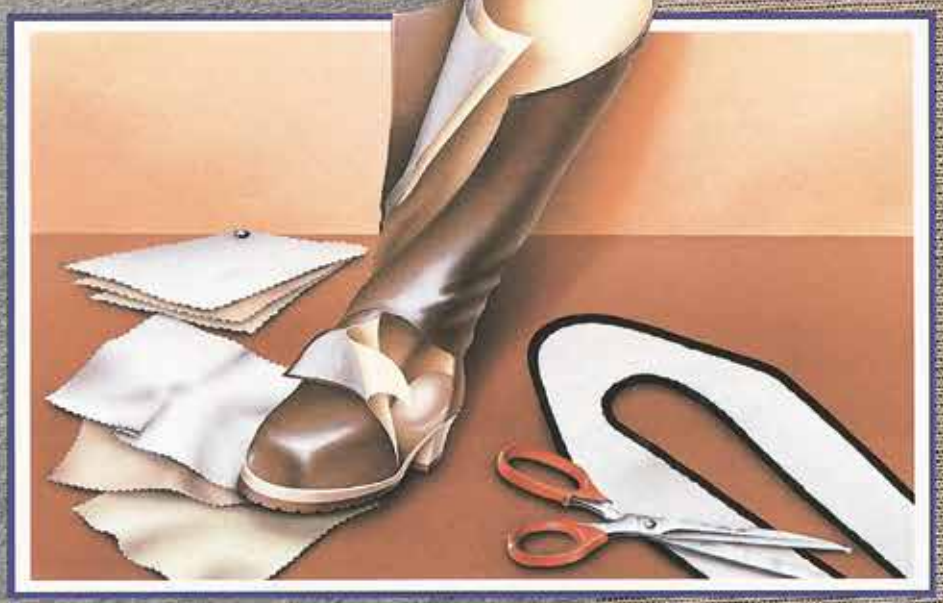
n. 73
MARZO
APRILE
2014

Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

www.businesshoes.it

René CAOVILLA: 80 anni di oggetti d'ARTE chiamati SCARPE

Luigi Carnevali
INTERLININGS



Luigi Carnevali sas • Buccinasco (MI) Italy • Via Veneto, 6
Tel. +39.02.488673.3 • Fax +39.02.48867342
http: //www.carnevali.it • E-mail: carnevali@carnevali.it
www.luigicarnevali.com

editoriale

Parlamento Ue approva nuove norme sul "Made in"

"Un passo decisivo per la tutela dell'origine dei nostri prodotti e per la salvaguardia del "core business" dell'artigianato veneto, la manifattura che conta in regione quasi 100mila aziende, oltre 250mila addetti e rappresenta il 27% delle 136mila imprese artigiane attive. Una propensione al "fare" straordinaria se si pensa che in Europa il manifatturiero pesa solo per il 9%, in Italia per il 12% e, nella nostra regione, per il 12,5%". Così il presidente di Confartigianato Imprese Veneto Giuseppe Sbalchiero commenta l'approvazione, da parte del Parlamento europeo, riunito in seduta plenaria, dell'obbligo di indicazione di origine controllata contenuto nella proposta di Regolamento sulla sicurezza dei prodotti.

In pratica, si definiscono nuove disposizioni in materia di 'made in' per garantire la piena tracciabilità del prodotto, come già avviene nei principali Paesi aderenti al WTO (ad es. USA, Giappone, Canada e Corea). Le disposizioni votate colgono molteplici obiettivi: valorizzare il patrimonio manifatturiero dell'artigianato e dell'impresa diffusa, difendere il diritto dei consumatori a una corretta informazione sull'origine dei beni acquistati, combattere il fenomeno della contraffazione.

"Confartigianato Veneto– aggiunge Sbalchiero - si batte da sempre per una chiara e inequivocabile identificazione dell'origine dei prodotti e delle lavorazioni, perché il mondo cerca il Made in Italy e i consumatori sono disposti a pagare un premium price pur di avere un prodotto fatto in Italia, a regola d'arte. Una condizione vitale oggi più che mai visto che la sopravvivenza delle nostre imprese è legata sempre di più all'export".

Ora manca la tappa finale. Confidiamo che il prossimo Governo Ue a Presidenza italiana si impegni per completare rapidamente l'iter dell'approvazione definitiva. Il governo Renzi ha nelle proprie mani la responsabilità di difendere e valorizzare il 'modello Italia'. Ci auguriamo che finalmente, dopo anni di battaglie, la difesa del 'made in' possa trovare piena attuazione. L'Italia, insieme con la Germania è, tra i G20, il Paese europeo con il maggiore valore aggiunto manifatturiero al mondo, insieme a Cina, Corea del Sud e Giappone. Questo nostro record va difeso senza esitazioni.

Federico Lovato

Lavorazione di laccatura, cromatura e gommatura tacchi

PAGIN ANNA ELISA via Newton, 16 Piove di Sacco (Pd) tel. 0499705407 paginannaelisa@libero.it

ANNO XIII
N. 73

sommario

BUSINESS SHOES

Federico Lovato
Nicola Brillo
Diego Mazzetto
Erica Trincanato
Maurizio De Pra
Diego Griggio
Giambattista Marchetto

Amministrazione,
redazione e pubblicità
Mavi Srl - via Guolo, 15
30031 Dolo (Venezia)
Tel & Fax 041.466334
e-mail:
business.shoes@libero.it
www.businesshoes.it

Tipografia
stampeviolato
Bagnoli di Sopra (Padova)

supplemento a
EUROPANEWS n. 38
del 12/05/2014 Anno XXV
Bisettimanale di informazione,
politica e attualità
Editrice, direzione,
redazione Mopak srl
Strada 66 - 35129 Padova

Direttore Responsabile
Alberto Zuccato
Autorizzazione
del Tribunale di Padova
n° 1214 del 12/5/90

Sped. in abbonamento
postale INDIRETTO

3 EDITORIALE. Parlamento Ue approva norme sul “Made in”
6 ATLANTE. Brevi dal Mondo
8 RENÉ CAOVILLA. Ottanta anni di storia calzaturiera
14 GUGGENHEIM. Caovilla sostiene l’arte
16 MILANO. Sfila la moda femminile
21 PANCHINA DOC. Grande festa per la consegna dei premi
26 MICAM. Gli scioperi penalizzano la fiera
30 AUSTRALIA. L’isola regina nel Pacifico
40 MODA E LUSSO. Crescono i consumi in Cina
44 MERCATINO. Tutte le occasioni

OMAGGIO A RODOLFO SIVIERO, LO 007 DELL’ARTE
-pag. 36 -

APPUNTAMENTI CULTURALI
tornano nel prossimo numero

atlante
BREVI DAL MONDO

Senatori in visita ai calzaturieri della Riviera del Brenta

Il distretto calzaturiero della Riviera del Brenta ha ospitato la prima uscita pubblica della Commissione Industria del Senato, che presentava il Disegno di Legge n. 1061 sull'istituzione del marchio "Italian Quality", per il rilancio del commercio estero e la tutela dei prodotti italiani. A Fossò i senatori sono venuti per incontrare una delle realtà più dinamiche dell'industria italiana e conoscere le eccellenze della manifattura. "Condividiamo le premesse della relazione introduttiva al DDL con riferimento alla valorizzazione delle produzioni italiane, alla valorizzazione delle loro qualità riconosciute a livello mondiale, e alla necessità di fornire al consumatore gli strumenti per effettuare acquisti in maniera consapevole. Ed è per questo che consideriamo un accordo al ribasso il disegno di legge che *si accontenta* di certificare una sola lavorazione in più, in Italia, rispetto a quella definita dal Codice Doganale e quindi dal *Made in* europeo". Questo il giudizio espresso dal presidente dei calzaturieri della Confartigianato Imprese Veneto Marino Munerato. "Da anni – prosegue Munerato - sosteniamo le produzioni italiane, anche nell'ottica di offrire al consumatore garanzie sulla qualità e l'origine dei prodotti. Siamo quindi favorevoli, a prescindere, a tutte le iniziative che possano valorizzarle, sia sui mercati esteri sia su quello nazionale".

Regione del Veneto supporta i calzaturieri nelle fiere nel mondo

A marzo si è completato il ciclo delle principali fiere internazionali della calzatura, importanti per la campagna vendite della campionatura autunno/inverno 2014-2015. Particolarmente attesi gli appuntamenti a Mosca e Shanghai, registrando la partecipazione di oltre 30 aziende venete e della Riviera del Brenta, sempre più impegnate nell'internazionalizzazione verso aree commerciali estere sensibili ai prodotti di eccellenza "Made in Italy". La partecipazione a Obuv Mir Kozhi di Mosca e a TheMicam Shanghai ha potuto contare su un efficace supporto organizzativo e di sostegno da parte della Regione Veneto tramite la propria struttura Veneto Promozione, con la collaborazione ed il coordinamento del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta. La scelta di promuoversi su queste due importanti aree era stata determinata dall'analisi degli indicatori, che confermavano il grande interesse dei buyers russi e cinesi per le calzature venete e brentane, grazie alla loro qualità, al design e all'eccelsa lavorazione, espressione di stile italiano molto apprezzato ed atteso. "La nostra partecipazione coordinata alle missioni in Russia e Cina, la capacità di rappresentare il "lifestyle" unicamente italiano e veneto, hanno comunque contribuito a caratterizzare il maggior valore aggiunto nei contatti con i buyers dell'area", commenta Siro Badon, presidente del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta. Le aziende del distretto calzaturiero veneto-brentano hanno potuto assicurarsi la presenza alle fiere internazionali, nel comune denominatore di un "Sistema Veneto" che si conferma a fianco delle imprese. Una sinergia al servizio delle Pmi che affrontano i mercati esteri sempre più complessi.

Lineapelle fa le valigie e si trasferisce da Bologna a Milano

Con oltre 1.100 espositori, di cui 1/3 stranieri, attira 18.000 buyer da 110 Paesi: griffe, multinazionali e produttori di calzature, confezionisti dell'abbigliamento in pelle, stilisti, design e arredamento, ricercatori per interni auto. Protagonista dell'evento è un'eccellenza del Made in Italy: la pelle italiana. È diventata sinonimo di alta qualità, prestigio e sostenibilità, indispensabile per il successo della fascia alta dei consumi internazionali. Nel mondo, ogni 4 pelli finite esportate 1 è italiana, in Europa il 65% della produzione conciaria appartiene a noi, i nostri standard tecnici, ambientali e sociali sono insuperati. A Lineapelle la proposta merceologica è completa per qualsiasi attività manifatturiera, in quanto comprende ornamenti, parti pre-confezionate e materiali alternativi, che la rendono un appuntamento irrinunciabile. L'insieme delle imprese, rappresentate dagli espositori italiani di Lineapelle, vale 8 miliardi di fatturato in euro, di cui 5,7 provenienti dall'export, e 40 mila occupati. L'evento nacque a Milano nel 1981, si spostò a Bologna 5 anni dopo, dove è rimasta fino ad oggi. In questo lungo periodo il mercato è cambiato profondamente, è nato il successo del luxury, è stato costruito il quartiere fieristico a Rho-Pero, la città lombarda è divenuta capitale del lusso, la moda ha imposto l'anticipazione dei calendari. Il centro felsíneo risultava superato ed ostile nei confronti della tempistica necessaria a Lineapelle. Essa quindi si è spostata a Milano, dove il 10-12 settembre prossimo presenterà l'importante campionario autunno/inverno della prossima stagione. Occuperà i padiglioni 9-11-13-15-22-23 con la tradizionale suddivisione merceologica. Ci resterà tre anni. Le edizioni primavera/estate saranno collocate a cavallo di febbraio-marzo. Le prenotazioni, fin dalle prime ore dell'apertura, anticipano un probabile aumento di mq. netti (finora 40 mila) ed un incremento dei visitatori esteri. Inizia dunque una grande e vincente strategia commerciale della pelle italiana e degli articoli complementari, leader nazionali ed europei.

RENÉ CAOVILLA: OGGETTI D'ARTE

"Le calzature devono esaltare la femminilità, la sensualità, suscitare un capriccio", spiega lo stilista di Strà. Con l'ingresso in azienda de

"Il successo dell'azienda Caovilla nasce a Strà con mio padre Edoardo, *ragazzo* del 1899, che al ritorno dalla Prima Guerra Mondiale, appena diciannovenne iniziò a lavorare nel calzaturificio Voltan".

Con queste parole René Fernando Caovilla spiegava gli esordi dell'attività di famiglia nelle pagine del libro "Cento anni di industria calzaturiera nella Riviera del Brenta", edito nel 1998.

Una storia che, come spesso accade quando si parla dei pionieri della calzatura della Riviera ha il sapore del romanzo. Ed Edoardo Caovilla pioniere lo è stato davvero, nel senso più pieno del termine. Grazie al suo spiccato senso imprenditoriale, dopo alcuni anni alle dipendenze di Voltan, egli decise di mettersi in proprio, inizialmente con un collega, poi proseguendo da solo. Nel 1936 avvenne la svolta; nella vita come nel lavoro. Dopo un breve fidanzamento con Pierina Agnoletto, orlatrice di Strà, Edoardo decise di sposarsi. Pierina affiancava Edoardo nella preparazione delle tomaie destinate alla produzione di calzature da donna molto eleganti, realizzate dal marito con grande raffinatezza. Il prodotto rispecchiava l'indole di Edoardo, un uomo con una spiccata personalità che trascorreva molte notti insonni a meditare e riflettere; un uomo che amava coltivare la filosofia, la teologia e l'astronomia da autodidatta, nei pochi momenti che il lavoro lo permetteva.

"Mio padre non aveva una salute ferrea – racconta il figlio René – e così fin da bambino sentii il dovere di dargli una

OTTANT'ANNI DI CHIAMATI SCARPE

emozioni, sensazioni forti e anche, perché no, in grado di soddisfare el figlio Edoardo nel 2010 si sono poste le basi per la continuazione

di Diego Mazzetto

mano. Iniziai pian piano ad affiancarlo, a condividere con lui il lavoro quotidiano. Il mestiere mi piaceva e decisi di non iscrivermi alle scuole superiori per dedicarmi completamente all'attività calzaturiera. Mio padre si oppose fermamente, perché desiderava che continuassi gli studi. Nonostante la sua contrarietà decisi di entrare ugualmente nell'attività familiare iniziando dalla *gavetta.* Allora si lavorava dieci-undici ore al giorno, compreso il sabato.

Nei primi anni '50 frequentai la scuola per modellisti di Strà, poi decisi di trasferirmi a Parigi dove avvicinai alcuni stilisti tra cui Guillain e Ardot per iniziare nuovi percorsi di idee. Fu in Francia che capii un aspetto essenziale per il mio futuro di creativo: che la cosa essenziale, nel realizzare una scarpa, consisteva nel suscitare una sensazione e la sensazione si esprimeva attraverso il modello. Ben presto il rapporto con gli stilisti francesi si trasformò in vicendevole collaborazione.

Negli anni '70 decisi che era giunto il momento di allungare il passo. Telefonai alla *maison* Valentino di Roma perché vedevo che i loro vestiti erano adatti alle mie scarpe. Chiesi se erano interessati a un affiancamento nei défilé. La loro risposta fu positiva e da quel momento nacque una collaborazione destinata a durare moltissimi anni, tanto che Valentino Garavani mi scelse come designer per gli accessori della sua linea *haute couture* dando vita ad oggetti *cult* e creazioni feticcio sigillate con l'emblema *Valentino by René Caovilla*.

In seguito ebbe inizio anche la collaborazione, durata diversi anni, con un'altra leggendaria *maison*, quella di Christian Dior, con John Galliano, con la quale furono realizzate per la passerella parigina creazioni oniriche, immaginifiche. Fu quindi la volta di Chanel e del contatto con il genio stilistico di Karl Lagerfeld".

Dal 2000, grazie al successo in continua crescita, René Caovilla ha deciso di consolidare unicamente la propria collezione, traendo ispirazione da tutto ciò che lo circondava, dalle suggestioni più sottili della realtà. Anticipando i desideri della clientela e restando fedele ai trend di stagione, le sue collezioni si sono concentrate per unire sempre più la tradizione alla ricerca, competenza artigianale e manuale insieme a tecniche innovative. Abili ricamatrici lavorano il prodotto con dedizione per creare veri e propri oggetti d'arte, testimonianza pura del Made in Italy. Tutto ciò con la massima attenzione ai particolari, alle cuciture, alle finiture per arrivare a fornire alla cliente finale *sandali gioiello* che emozionano a prima vista e che sempre meglio si adattano alle forme del piede femminile.

Il 2004 è l'anno dell'inaugurazione della prima boutique monomarca René Caovilla a Milano, cui hanno fatto seguito negli anni successivi Parigi, Roma, Venezia, Londra Dubai, Doha, Mosca, Istanbul, Taipei, Beijing e il recentissimo *corner* in La Rinascente Milano.

Con l'ingresso in azienda di Edoardo, figlio di René, avvenuto nel 2010, si sono poste le basi per la continuazione dell'attività anche attraverso il passaggio del marchio da una realtà famigliare a una più dinamica e strutturata, pronta a realizzare creazioni uniche, tutte Made in Italy, per far sognare l'elegante clientela internazionale.

Guardando al futuro, il *brand* affronterà nuove sfide, continuando a essere fortemente presente nei paesi maturi, e allo stesso tempo accelerando lo svilup-

Edoardo Caovilla

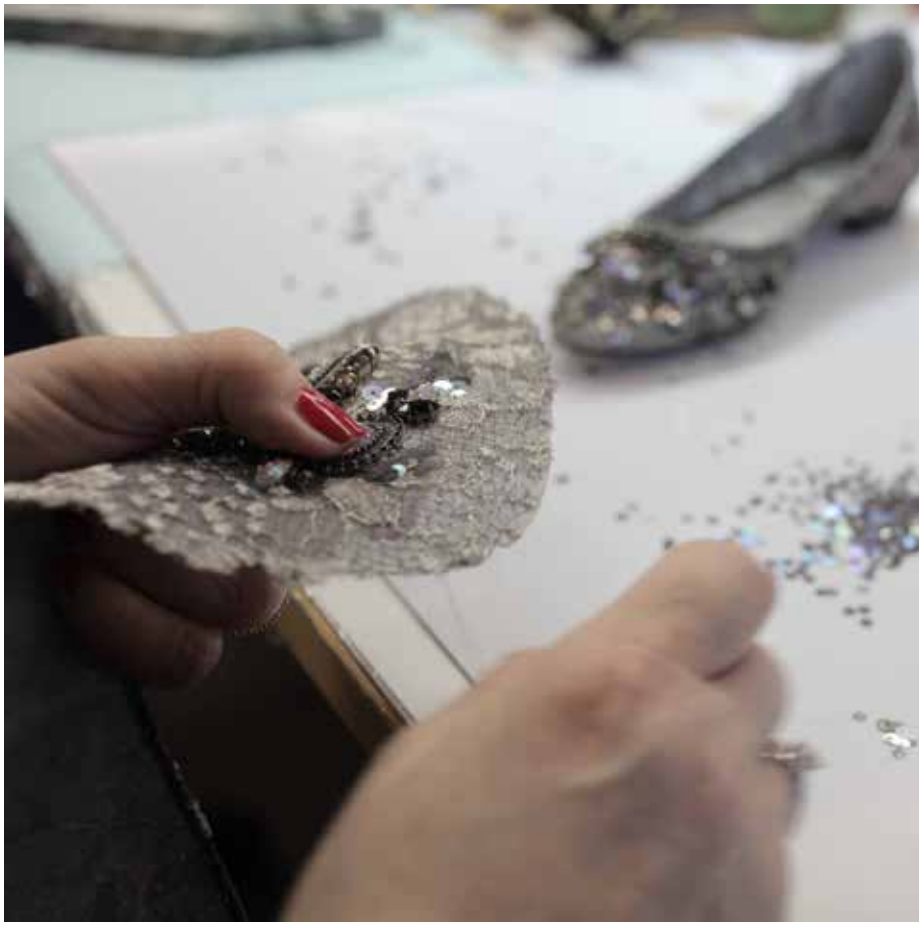
La sede dell'azienda a Stra' (Venezia)

po del suo business nei paesi in rapida crescita, tra cui Cina e Sudamerica.
Per quanto riguarda la gamma di prodotti, ci sono progetti per ampliarla, mantenendo intatta l'originale eleganza Caovilla. Un percorso chiaro, da marchio specializzato in calzature gioiello a brand femminile di accessori, gli stessi che da molti anni fanno innamorare e contraddistinguono le più belle e raffinate donne del mondo.
Inoltre, per festeggiare l'importante traguardo degli ottant'anni di attività, all'inizio del 2014 il marchio Caovilla ha ideato due esclusive *capsule collection* in collaborazione con i *department store* statunitensi, Bergdorf Goodman e Neiman Marcus, rendendo omaggio e reinterpretando le scarpe-simbolo che hanno segnato l'eccezionale storia del brand.
Per le *limited edition* è stato realizzato un packaging esclusivo che ha unito il lusso e la modernità con una scato-

la avorio caratterizzata da dettagli oro e logo dell'anniversario, rivestimento interno rosso con firme dei designer e brochure con ispirazioni e schizzi originali per celebrare l'eccellenza del marchio. L'iniziativa ha preso avvio il febbraio scorso con il lancio della *capsule* realizzata per Bergdorf Goodman attraverso un evento speciale a New York. I modelli creati per Neiman Marcus sono stati invece presentati a marzo negli store di Los Angeles, Dallas e Miami.

"La filosofia della nostra azienda – affermano Edoardo e René Caovilla - può essere riassunta in una frase: *oggetti d'arte chiamati scarpe.* Calzature che esaltano la femminilità, la sensualità, che suscitano emozioni, sensazioni forti e anche, perché no, in grado di soddisfare un capriccio.

Questa è la nostra storia, la nostra passione, che non è mai venuta a mancare in ottant'anni di attività".



MODA srl Via Prov. Nord 14 - Fossò (Ve) Tel. 041466555 www.modasrl.it MODA

RENE' CAOVILLA SOSTIENE L'ARTE CON INTRAPRESÆ DI GUGGENHEIM

Da oggi René Caovilla arricchisce il già solido gruppo di aziende che da anni sostiene con entusiasmo, impegno e passione la programmazione espositiva e le attività della Collezione Peggy Guggenheim. René Caovilla entra a far parte di Intrapresæ Collezione Guggenheim credendo fermamente nei valori di innovazione e creatività e nel ruolo fondamentale dell'arte nell'arricchire la nostra quotidianità. "Con la figura della straordinaria Peggy Guggenheim condividiamo lo spirito audace e al tempo stesso sensuale delle nostre creazioni, sempre caratterizzate da una spiccata personalità, femminilità e da un tocco di stravaganza. Crediamo nel potere dell'espressione artistica e siamo onorati di poter sostenere uno dei musei più importanti nel panorama artistico internazionale". Così Edoardo Caovilla, Coo e Direttore Creativo del brand, ha commentato con entusiasmo l'entrata nel gruppo di Intrapresæ Collezione Guggenheim. Il primo e più conosciuto progetto italiano di sostegno privato a un museo nasce nel 1992 come partnership strategica tra la Collezione Peggy Guggenheim di Venezia e alcune aziende che condividono la passione per l'arte e credono nell'investimento a sostegno della cultura. L'Arte ispira l'Impresa, L'Impresa fa vivere l'Arte, il *pay-off* di Intrapresæ, esprime perfettamente l'identità del gruppo e la *vision* che accompagna il suo costante impegno: promuovere creatività, innovazione e impresa a favore della cultura. Il gruppo si compone di eccellenze italiane e internazionali che si distinguono per l'attenzione a progetti culturali e di *social responsibility,* alle quali il museo garantisce unicità merceologica e piena visibilità. "Fin dalla sua nascita l'innovativo progetto Intrapresæ Collezione Guggenheim si fonda sui principi di continuità, condivisione e comunicazione culturale quale moderna forma di comunicazione aziendale. È proprio grazie al costante supporto delle numerose aziende che negli anni hanno creduto fermamente in questa *mission* e si sono unite al gruppo che oggi, come allora, la Collezione Peggy Guggenheim continua a realizzare mostre sempre di eccellenza e programmi didattici volti a formare il pubblico del futuro", sostiene Philip Rylands, direttore del museo veneziano. "Peggy Guggenheim è stata una delle figure più carismatiche nella storia del collezionismo del XX secolo, grande promotrice dell'arte del suo tempo. Il suo essere innovativa, lungimirante ed eclettica ispira oggi tutte quelle aziende che hanno scelto di abbracciare il suo progetto, legarsi al suo nome e favorire così la fruizione dell'arte di oggi e di domani".

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

Cappellini Applicazioni Paillettes Maglieria
Taglio Laser
Calzature Abbigliamento
Pelletteria Etichette

MERJ RICAMI

MERJ RICAMI - IX Strada, 12 - Zona Industriale
30030 FOSSÓ (VE) - Tel. 041/466616 - Fax 041/5179420
www.merjricami.com - info@merjricami.com

MILANO MODA DONNA, SI PREVEDE UN 2014 POSITIVO PER LO STILE

Lo scorso febbraio i riflettori internazionali e nazionali si sono accesi per illuminare i nomi più affermati del mondo della moda e tenere sotto controllo, osservando attentamente, quelli più emergenti, dando ancora più spazio alle new entry.
Come ogni stagione l'appuntamento parte dalla grande mela quindi da New York, per poi passare a Londra, arrivare a Milano, andare alla volta di Parigi e così via. Essendo noi di Business Shoes, spettatori in prima persona nella città di Milano, sarà proprio questa ad essere raccontata attraverso i nostri occhi.
A sfilare, sono state le collezioni autunno/inverno 2014/2015 salendo in passerella durante la consueta Milano Moda Donna. Ben 64 sfilate in totale (di cui 7 doppie ed una collettiva con presenti 6 brand), 74 presentazioni per 73 marchi, 8 presentazioni su appuntamento ed un totale di 145 collezioni.
Grazie alla collaborazione tra Comune di Milano, Camera Nazionale della Moda, Cosmit e Altagamma, si è arrivati alla definizione del calendario unico degli eventi espressione di "Milano Creativa". Un calendario costituito in primis dal succedersi dei defilè e delle presentazioni arricchito ed "incastrato" con gli eventi creati ad hoc per questa settimana.
"L'avvio in forma sperimentale del calendario unificato degli eventi e la relativa App rappresentano un ulteriore passo nella collaborazione tra l'Amministrazione e il mondo della moda e tutti gli operatori della creatività poiché creatività, artigianalità e ricerca sono i tratti distintivi della Moda ma anche fattori trainanti per l'economia di Milano e simbolo stesso dell'immagine della nostra città e ambasciatori nel mondo del nostro stile di vita, della nostra cultura capace di coniugare ricerca, gusto e innovazione". Ha dichiarato l'assessore alla Moda e Design Cristina Tajani. Chicca Lualdi Bequeen è stata la prima ad "aprire le danze" subito seguita da Angelo Marani, Simonetta Ravizza e Biblos Milano. Un intermezzo gustoso è stato organizzato da CNMI con il "welcome brunch" per poi ricominciare nel pomeriggio con Gucci, Frankie Morello, Fay, Alberta Ferretti, N°21, Fausto Puglisi e Francesco Scognamiglio. Alla sera, come di consueto nelle ultime edizioni, c'è stato il the Vogue talents corner.com

Stella Jean

Next Generation

presso Palazzo Morando per dare visibilità e far scoprire a stampa e buyer i nuovi talenti di domani. Giovedì si è proseguito con Max Mara, Blugirl, Andrea Incontri, Fendi, Just Cavalli, Krizia, Costume National, Cristiano Burani, Prada, Daniela Gregis, Ports 1961 e Moschino. Il pomeriggio di questa seconda giornata è stato animato dal cocktail party organizzato dal brand di calzature Loriblu con ospite speciale l'amatissimo chef Carlo Cracco presso la loro boutique. Più tardi il brand d'occhialeria Persol ha dato vita ad un cocktail a tema "film noir edition" e per finire il party organizzato da Prada intitiolato "Iconoclasts" che ha concluso la serata. Venerdì 21 ha cominciato per prima Blumarine, poi Emporio Armani, Genny, Sportmax, Etro, Les Copains, Iceberg, Tod's, Luisa Beccaria, Aigner e Versace. Durante tutto il giorno l'attività di workshop intitolata "talent day 2014 New Fashion Web Jobs" organizzato da CNMI ha animato l'intero gruppo di professionisti del settore. Alla sera invece sono stati molti gli eventi a cominciare dal "Red carpet collection" firmato Marina Rinaldi, per poi proseguire con l'opening boutique di La Perla in Montenapoleone o ancora l'inaugurazione della boutique di Atos Lombardini in Corso Matteotti per poi passare ai veri e propri party come quello organizzato da Dirk Bikkembergs intitolato "Dirk loves football loves women", o anche Borbonese e Sergio Rossi con i loro party sino a tarda notte. Sabato 22 Bottega Veneta ha inaugurato il week end modaiolo sfilando per prima, ma la grandissima attesa è stata per i talentuosi Mirko Fontana e Diego Marquez di Au Jour Le Jour che sono stati ospitati dal mitico Re Giorgio (si proprio lui, Giorgio Armani) all'interno del suo teatro dando loro una visibilità mediatica incredibile e ci permettiamo di dire super meritata. A seguire Ermanno Scervino, Roberto Cavalli, Antonio Marras, Jil Sander, Cividini, Gabriele Colangelo, Aquilano Rimondi , Emilio Pucci ed Uma Weng. Ha animato la serata della settimana più festaiola del mese il super cocktail party firmato Roberto Cavalli arricchito di vip ed ospiti amatissimi dal pubblico italiano e non solo. In contemporanea il cockatail di Marella con special guest la testimonial Milla Jovovich e per finire, ed emotion design experience con l'artwork by Joane Lemercier. Domenica è iniziata con Grinko, poi Marni, Roccobarocco, Laura Biagiotti, John Richmond, Trussardi, Missoni, Marco De Vin-

Philipp Plein

DSquared2

cenzo, Salvatore Ferragamo, MSGM, Anteprima, Musso e Philipp Plein. Oltre al consueto ed immancabile party firmato appunto da Philipp Plein, Borsalino ha organizzato una presentazione intitolata #borsalinohatnight2014 presso Palazzo Serbelloni.La giornata conclusiva di lunedì 24 ha visto protagonisti Dsquared2, Giorgio Armani, Massimo Rebecchi, Stella Jean ed in fine gli Newupcoming Designers e la next generation. Big event conclusivo alla sera con il closing cocktail "the italian Style" by CNMI ed Elle a Palazzo Reale. Tutti molto soddisfatti dell'andamento di questa fashion week a cominciare da progatonisti, stilisti e brand, i professionisti del settore, media e buyer internazionali e le istituzioni. "Nel 2013 il fatturato del settore è calato solo dell'1,8% ed è stato di circa 59 miliardi e 300 milioni, mentre il saldo attivo della bilancia commerciale, grazie ad un aumento delle nostre esportazioni, ma anche ad una riduzione delle importazioni, ha raggiunto la cifra record di 19 miliardi e 200 milioni. Guardando al futuro noi prevediamo un andamento nel 2014 positivo, con un aumento del fatturato di oltre il 5% dovuto ad un ulteriore incremento delle esportazioni e a una timida ripresa dei consumi domestici." Ha commentato il Presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana Mario Boselli –"Una svolta positiva, come molto positivo è il clima che si respira ora a Milano in questo periodo, penso al fermento nelle nuove aree, anche in vista dell'appuntamento con Expo 2015. Grattacieli che si ergono verso l'alto, nuove eleganti strutture, simboli di un clima di crescita e ritrovata armonia".

"Milano Moda Donna mette in mostra il lavoro di migliaia di artigiani e professionisti che tutto il mondo ci invidia – ha dichiarato Jane Reeve, A.D. della CNMI – è anche l'occasione per lavorare al futuro del settore: per questo abbiamo coinvolto le scuole professionali e creato spazi per valorizzare la creatività dei giovani stilisti." Anche il pubblico milanese ha avuto la possibilità di vivere in prima persona la fashion week attraverso i mega schermi posizionati nei punti nevralgici di Milano: in via Mercanti, in piazza Cordusio, in via Croce Rossa, in piazza San Babila ang. Vittorio Emanuele e in corso Como. Arrivederci quindi a Giugno con l'edizione dedicata alla moda maschile.

Erica Trincanato

MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE

In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334

A.M.S. Group sas
Via Sile, 37 - 31033 Castelfranco V. (Tv)
T. 0423 1950505 - WWW.AMSGROUP.IT

Taglio Pelli

MARRAFFA MARCO

Taglio pelli manuale, a trancia e CAD

Taglio Pelli MARRAFFA MARCO
Via Marzabotto, 69 - Tel. 041/4196552
LUGHETTO di CAMPAGNA LUPIA (VE)

NUOVA POMPA PER IL TRAVASO DI SOLVENTI

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

In vendita esclusiva da
Lovato Federico - Tel. **041 466334**

PANCHINA DOC TRIVENETO, GRANDE SERATA DI SPORT E SOLIDARIETA'

Nella prestigiosa cornice della quattrocentesca villa Cà Zane Martin di Sambruson di Dolo, gentilmente messa a disposizione da Antonio Martin e dalla sua famiglia, si è svolta la quinta edizione del premio Panchina Doc del Triveneto. Di assoluto rilievo i personaggi dello sport premiati dalla giuria, composta da imprenditori, appassionati e giornalisti con la collaborazione di Business Shoes. Come nelle scorse edizioni, i premi sono stati realizzati con grande bravura dai ragazzi del centro diurno "Stella polare" di Olmo di Martellago (Ve).

Una bella serata - presentata magistralmente dal giornalista Stefano Edel - e nobilitata dal numeroso pubblico presente. Il premio alla carriera come allenatore è stato assegnato ad Albertino Bigon per i successi maturati alla guida del Napoli e non solo. Miglior allenatore del Triveneto è stato nominato Andrea Mandorlini, grande condottiero dell'Hellas Verona, che ha conquistato la serie A l'anno scorso. Premio alla carriera per il campione di Tombolo Dino Baggio, che ha giocato con la maglia di Torino, Juventus, Parma e Inter. Premio alla carriera calciatore all'ex terzino destro della Juventus Luciano Favero.

A Roberto Beccantini il premio giornalistico alla carriera. John Parco ha ricevuto il premio per l'hockey su ghiaccio. A Dorina Vaccaroni il premio dedicato alla scherma, mentre al campione di volley Andrea Lucchetta quello della pallavolo. Alla giovane cam-

Nella foto in alto Chiara Azzena Girello con Andrea Mandorlini A sinistra Fabio Testi premia Rachele Campagnol

PANCHINA
D.O.C.
del
TRIVENETO

Nella pagina accanto sopra tutti i premiati della serata. Sotto Dino Baggio e i responsabili del centro diurno "Stella Polare" di Olmo di Martellago (Ve)
Nella foto in alto le sfere realizzate dai ragazzi del centro diurno "Stella polare" di Olmo di Martellago (Ve)
A sinistra il campione di volley Andrea Lucchetta premiato da Nicola Brillo
A destra il giornalista e scrittore Roberto Beccantini premiato da Alberto Facchinetti

pionessa Rachele Campagnol il premio dedicato al pattinaggio a rotelle. Fin dalla sua costituzione, il Premio Panchina Doc del Triveneto è motivato da una finalità benefica e i fondi raccolti durante la serata di premiazione attraverso la vendita di maglie, palloni e gadget firmati dai campioni dello sport che sostengono l'iniziativa, sono interamente devoluti all'Associazione Team For Children Onlus presieduta da Chiara Azzena Girello, intervenuta nel corso della serata.

SpeedService
International

Trasporti nazionali e internazionali

Spedizioni - Depositi - Logistica

I - 30030 FOSSO' (VENEZIA)

TEL. 041 5170 260 FAX 041 5170 257

www.speedservice.it - e-mail : speed.@speedservice.it

Nastrotex-Cufra Spa Via S.S. Soncinese 498, 2 Covo (Bg)
Tel. 0363 938167 Fax 0363 93798 www.nastrotex-cufra.it

N.T.G.

TAGLIO TOMAIE A CAD E CAMBRATURA
INCASTRI E FASCIATURA SUOLETTE
MONOBLOCCHI CUOIO

Via Meucci, 12
Campolongo Maggiore (VE)
TEL. 049 584.69.15
www.ntgitaly.it

S.I.R.MAC SRL
USM

MACCHINE PER CALZATURIFICI
PER CUCIRE
PER PELLETTERIE ED ACCESSORI VARI
OFFICINA RIPARAZIONI
DI QUALSIASI TIPO DI MACCHINA

30030 **FOSSO'**/ Venezia / Zona Industriale III[a] Str. n. 5
Tel. 041 466062 - Fax 041 466073
E-mail:info@sirmacsrl.it
www.sirmacsrl.it

SPAZZOLATRICE PORTATILE

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

Micam penalizzata dagli scioperi

Federico Lovato

TheMICAM chiude con 33.372 presenze, di cui 17.606 stranieri, in calo rispetto alle precedenti edizioni. In particolare l'area russa ha registrato un significativo calo, segnato certamente dalla crisi ucraina ma anche dalla svalutazione del rublo; segnali di frenata sono arrivati anche a seguito delle difficoltà con i cambi di alcune monete, che stanno sempre più penalizzando gli scambi commerciali. Più positiva la situazione per estremo oriente e Nord America, che si confermano in tenuta.
Sono state 1.589 le aziende da tutto il mondo che erano presenti a theMICAM, su una superficie di oltre 68.000 mq. Quest'anno la manifestazione ha visto alcune new entry tra i brand, tra cui il marchio Made in Italy Patrizia Pepe. Si tratta invece di una riconferma per la collezione firmata Paris Hilton, con uno spazio espositivo più grande e rinnovato.
"Siamo davvero increduli di fronte allo sciopero nazionale dei trasporti indetto dai sindacati, proprio durante lo svolgimento dei saloni degli accessori milanesi, soprattutto pensando che tra meno di un anno la città ospiterà l'Expo - afferma Cleto Sagripanti, presidente di Assocalzaturifici. Ricordando il monito del presidente di Confindustria Giorgio Squinzi, mi chiedo se questo sia davvero un Paese normale, dove il lavoro e le eccellenze possano essere valorizzate, e soprattutto dove ci siano le condizioni per accogliere la grande sfida di Expo 2015. Malgrado questi fattori decisamente negativi, theMICAM si conferma un appuntamento leader a livello globale, al quale gli operatori internazionali fanno riferimento per l'alta qualità delle collezioni in mostra e per le importanti occasioni di business. E il cuore della calzatura batte a ritmo di rock. Dopo il successo dell'ultima edizione, continua infatti la collaborazione con "Rolling Stone", magazine cult dei Rock addicted, che torna a theMICAM con Foot Rocker, un'iniziativa nata per raccontare gli stili young fashion e i marchi più "street" nel mercato calzaturiero. La novità di questa edizione è stata la Foot Rocker Hall of Fame, un vero e proprio museo delle calzature rock&roll - allestito all'interno dello stand nel Padiglione 10 dedicato a "Rolling Stone" e ai marchi più indossati dalle rockstar: Converse, Nike, Adidas, Dr. Martens, Clarks, Puma, Repetto, Onitsuka Tiger. In apposite teche, sono state esibite le loro linee più rock-addicted, mentre su giganteschi pannelli i visitatori hanno potuto ripercorrere la storia del rock raccontata

dalle pagine di Rolling Stone Magazine.
Per tutta la durata della manifestazione, sempre all'interno dello stand Foot Rocker, sono stati esposti i migliori progetti del concorso, che proponeva ai giovani designers di ispirarsi agli stili young fashion e street per dare una propria interpretazione del rapporto calzatura moda-rock e calzatura moda-rap, dando quindi una visione ad ampio raggio delle suggestioni che il mondo della musica offre alla creatività fashion.
Oltre al momento business in fiera, le calzature sono state protagoniste in centro città con theMICAMpoint, uno spazio dedicato a chi le scarpe le indossa, le ama e soprattutto vuole sempre saperne di più. L'eccellenza del Made in Italy è stata esplorata soprattutto dal punto di vista del forte legame tra tradizione artigianale e innovazione, che costituisce il valore intrinseco delle calzature italiane, un valore non sempre così visibile ma assolutamente centrale e da difendere.
La tradizione e l'artigianalità entrano infatti in dialogo con le ultime innovazioni tecnologiche per la comunicazione, il retail e il prodotto. Ad esempio, la tradizione dello sciuscià, riveduta e corretta in chiave contemporanea, incontra una seduta intelligente, capace di raccontare tutti i segreti della cura delle calzature e allo stesso tempo offrire un supporto smart all'utente. Spazio quindi a nuovi mezzi tecnologici, laboratori virtuali e applicazioni smart per spiegare tutte le sfaccettature dell'oggetto scarpa.
Tra i temi di quest'anno, la centralità della calzatura nella vita dell'uomo in tutte le sue attività: lavoro, tempo libero e famiglia. Un legame ancora più significativo nell'anno che celebra a livello europeo la conciliazione tra famiglia e lavoro e il 20° anniversario dell'anno internazionale della famiglia. Le calzature accompagnano passo passo la vita di ogni individuo e il suo cammino: proprio per questo è fondamentale avere scarpe belle e allo stesso tempo rispettose della salute dell'uomo, dell'ambiente, dell'economia e del benessere sociale. Le calzature sono inoltre un elemento di emozione e di creatività e per questo regalano inaspettate relazioni con diverse espressioni artistiche, ad esempio la fotografia, il cibo o ancora il cinema.
Proprio su questi temi theMICAMpoint ha invitato a riflettere gli appassionati di tutte le età che hanno visitato lo spazio attraverso rappresentazioni, performance e i nuovi linguaggi multimediali.

Produzione: stringhe per industrie, stringhe appaiate per calzolai e centri commerciali
Cordoncini poliestere , cotone e cerati per bigiotteria e abbigliamento

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

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

Bieffe
TRANCERIA - TAGLIO PELLI

TRANCERIA BIEFFE *di Benvegnù Filippo*
laboratorio via tramazzo, 27/c 30032 Fiesso D'Artico (Ve)
sede fiscale via Verona, 22 - 30032 Fiesso D'Artico (Ve)
telefono 041 5170780
e-mail tranceriabieffe@libero.it - www.tranceriabieffe.it

DUEGI
SINCE 1969

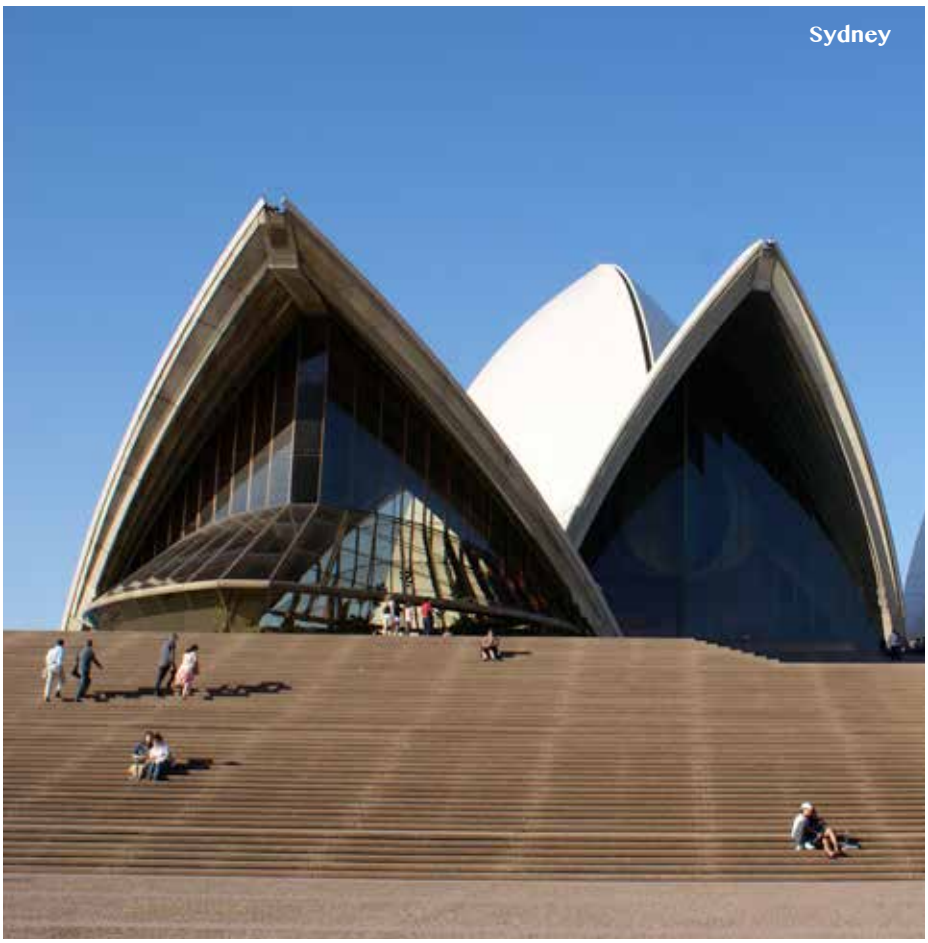
SCATOLIFICIO 2G di Giantin Giancarlo & C. S.a.s. - Via Emilia Romagna, 7 - 35020 Villatora di Saonara PD
Tel. +39 049 640366 - Fax +39 049 644888 - www.scatoleduegi.it - info@scatoleduegi.it

FSC
www.fsc.org
FSC® C105845

Progettazione, produzione e commercializzazione di scatole rivestite internamente ed esternamente per vari settori merceologici.
Design, manufacture and trade of trade of internally and externally lined boxes for various commodity sectors.

Australia, l'isola regina del Pacifico

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


Sydney

Posta al centro del Pacifico, molto grande, ricca di risolse naturali e con un'economia solida anche se in lieve flessione. Questa in sintesi è l'Australia, che ha una posizione invidiabile, al centro dell'area di maggiore crescita economica nel medio-lungo termine e di crescente peso politico e strategico non solo nel Pacifico asiatico ma anche a livello mondiale. L'Australia si trova infatti al centro della regione dell'Asia-Pacifico, che è l'area più dinamica e con i più elevati tassi di sviluppo economico a livello mondiale, anche in tempi di crisi.

Emblematici di questa situazione invidiabile sono i rapporti commerciali dell'Australia che, storicamente legata all'Occidente, è oggi il primo partner commerciale della Cina: l'economia australiana trae chiaramente beneficio da questa condizione, trainata dalla crescente domanda cinese di energia, minerali e materie prime. L'Australia è ormai la dodicesima economia a livello mondiale e si trova nella invidiabile condizione di essere entrata nel ventitreesimo anno consecutivo di crescita economica, registrando da diverso tempo tassi di crescita economica sopra la media delle economie dell'OCSE. A ulteriore prova della solidità dell'economia australiana, va detto che la crisi che ha colpito la maggior parte delle economie mondiali in generale e occidentali in particolare, ha avuto un impatto nel complesso limitato sull'economia australiana.

In particolare l'economia australiana è cresciuta del 3,3% nel 2012, dopo essere salita del 2,7% nel 2011 e del 2,3% nel 2010, trainata dalle esportazioni di materie prime e dagli investimenti privati. I dati del 2013 mostrano tuttavia un rallentamento generale dell'economia, che secondo gli ultimi dati dell'Ufficio Statistiche australiano, resi noti il 5 marzo 2014 e basati sulle informazioni e gli aggregati macroeconomici relativi all'ultimo trimestre 2013, dovrebbe essere cresciuta su base annuale nel 2013 del 2,8%, migliorando quindi le stime precedenti che prevedevano una crescita annuale del 2,5%.

In maniera molto simile a quanto accade nella maggior parte dei Paesi sviluppati, l'economia australiana poggia soprattutto sul settore terziario, che genera la percentuale più rilevante del Pil (72,8%), seguito dal settore manifatturiero (11,1%), dall'edilizia (7,5%), dalle miniere (5,3%) e dall'agricoltura (3,2%). Dal punto di vista strutturale, la crescita è stata assicurata in gran parte dai consumi, aumentati del 2,6% rispetto al 2012, che hanno più che bilanciato la contrazione del risparmio privato, sceso al 9,7% del reddito disponibile. Inoltre sono aumentati gli investimenti legati alle abitazioni (+1%), dovuti soprat-

Melbourne

tutto al fatto che la banca centrale australiana ha mantenuto inalterato il costo del denaro al 2,5% anche nell'ultimo trimestre del 2013, continuando sulla strada di una politica monetaria accomodante con l'obiettivo di stimolare l'economia e di favorire la creazione di nuove attività produttive e che tiene comunque sotto controllo il livello di inflazione, pari al 2,7% su base annua a dicembre 2013.

L'attuale fase di crescita dell'economia australiana nasce negli anni '80, in cui l'Australia ha imboccato la strada delle riforme strutturali, tra cui l'abbattimento del regime tariffario, lo sviluppo del settore finanziario e bancario e numerose privatizzazioni: si tratta di riforme che sono continuate nei decenni successivi e hanno progressivamente favorito la crescita e liberalizzato l'economia, traghettandola da economia protetta e poco competitiva a economia moderna, aperta e votata all'export, dominata dal settore dei servizi.

Negli ultimi anni però l'economia australiana ha rallentato la sua crescita. Al momento infatti l'economia australiana si trova ancora in una posizione invidiabile rispetto a quelle di molti altri Paesi e mostra ancora segni di stabilità, ma negli ultimi anni i governi che si sono succeduti alla guida del Paese hanno dovuto generare ripetutamente disavanzi di bilancio per mantenere alto il livello degli stimoli all'economia.

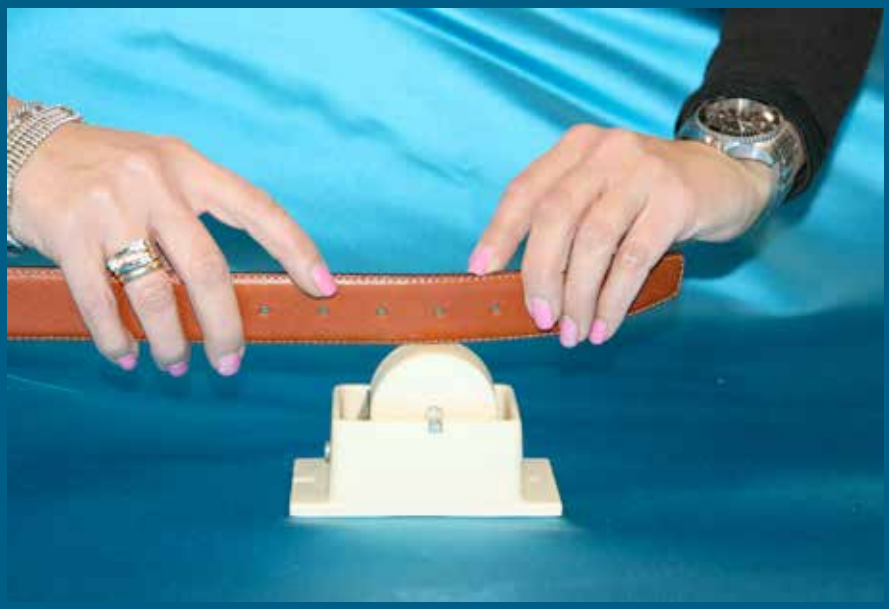
Questo ha portato anche il debito pubblico ad aumentare progressivamente, fino ad arrivare al 34,4% del Pil nel 2013. L'ultima revisione di bilancio messa in atto dal Governo australiano stima per il 2013 un deficit pari a 47 miliardi di dollari australiani (circa 30 miliardi di euro), che corrispondono al 2,9% del Pil, mentre per i prossimi quattro anni il valore dei deficit accumulati dovrebbe toccare quota 123 miliardi di dollari australiani (circa 79 miliardi di euro). Per questo il Governo vorrebbe intervenire tempestivamente per evitare che diventi quasi impossibile ricondurre il bilancio a una situazione di avanzo fiscale nel corso dei prossimi dieci anni. Il deficit inoltre spingerebbe verso l'alto anche il debito pubblico, che dalla quota del 34,4% del Pil del 2013 potrebbe raggiungere un picco di 667 miliardi dollari australiani (430 miliardi di euro, pari al 41,4% del Pil) nel prossimo decennio. D'altra parte il debito pubblico aumenta a ritmi meno sostenuti di quanto potrebbe grazie anche alle valutazioni delle principali Agenzie di rating (Standard and Poor's, Fitch e Moody's) che continuano a riconoscere all'Australia, in controtendenza con il quadro internazionale, la categoria di rating AAA, grazie sia al basso

Uluru Ayers

debito pubblico complessivo e alla flessibilità delle opzioni di politica fiscale e monetaria a disposizione delle autorità australiane.
Per quanto riguarda gli altri indicatori macroeconomici fondamentali, segnaliamo che l'inflazione sta leggermente arretrando, portandosi a ridosso del 2,5% su base annua (+2,7% nel 2013) dopo che nel biennio 2011-2012 è rimasta costante al 3%; il tasso di disoccupazione desta invece qualche preoccupazione, in quanto è passato dal 5,1% del 2011 al 5,3% del 2012 al 6% del 2013.
I dati sulla bilancia commerciale vedono infine un Paese con import ed export in crescita costante negli ultimi anni. Nel 2013 in particolare il valore dell'export australiano è cresciuto del 5,8%, superando i 200 miliardi di euro; allo stesso modo l'import è cresciuto del 5,6%, salendo anch'esso oltre quota 200 miliardi di euro. Nel caso dell'export i principali Paesi destinatari dei prodotti australiani sono la Cina, il Giappone e la Corea del Sud, con l'Italia che si trovava in ventisettesima posizione nel 2012, con un controvalore pari a circa 660 milioni di euro; sulla stessa falsariga anche le importazioni, che vedono la Cina, gli USA e il Giappone nelle prime tre posizioni come Paesi fornitori dell'Australia.
Secondo gli ultimi dati dell'ISTAT, l'interscambio commerciale fra Italia e Australia ha toccato nel 2013 i 4,3 miliardi di euro, segnando una flessione del 2,78% rispetto al 2012. Le esportazioni italiane, pari a 3,7 miliardi di euro, sono aumentate dell'1.3% rispetto all'anno precedente, segnando pertanto un nuovo record dell'export italiano verso l'Australia. Le importazioni dall'Australia, pari a 592 milioni di euro, sono diminuite di un più consistente 22,6%. Da un punto di vista strutturale, nel 2013 l'aumento delle esportazioni italiane è stato trainato da macchinari e beni intermedi (+8.67%), il cui valore complessivo è stato pari a 1,4 miliardi di euro (rappresentando quasi il 38% dell'intero export), dal comparto agroalimentare (+12,49%) e dal comparto tessile, dell'abbigliamento e degli accessori in pelle (+5,27%).
Per quanto riguarda le importazioni, l'Italia ha importato dall'Australia soprattutto prodotti della pesca (pari al 33,4% dell'intero import), delle miniere (23,19%) e tessili (10,31%).

MACCHINA TINGIBORDO
per finitura all'acqua

NOVITA'



In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334

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

Lesatex

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

nastro a chiusura universale

DEL BRENTA

VIA JULIA,1/3
35010 PERAROLO DI VIGONZA (PD)
TEL. 049 8935666
WWW.DELBRENTA.COM
INFO@DELBRENTA.COM

ZERBINATI LUCIANO S.r.l.

Vendita componenti per:

CALZATURE, PELLETTERIE E CONFEZIONI

TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI SOLETTIFICI

RAPPRESENTANTE PER IL VENETO

KENDA FARBEN
Chemical Products for Shoes

Lavorazioni Ornamentali su Tomaie e Cuciture Opanka
By Milan Carmela

DISTRIBUTORE SPECIALIZZATO IN SCHIUMA DI LATTICE

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

Prodotti chimici per calzature e pelli
Shoes and Leather care

Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari

WILBRA

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

ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea Specoplast - Aquasintex

50 1951-2001

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

RIPARATORE PER CAMOSCIO

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

AG guadagnin

dal 1952

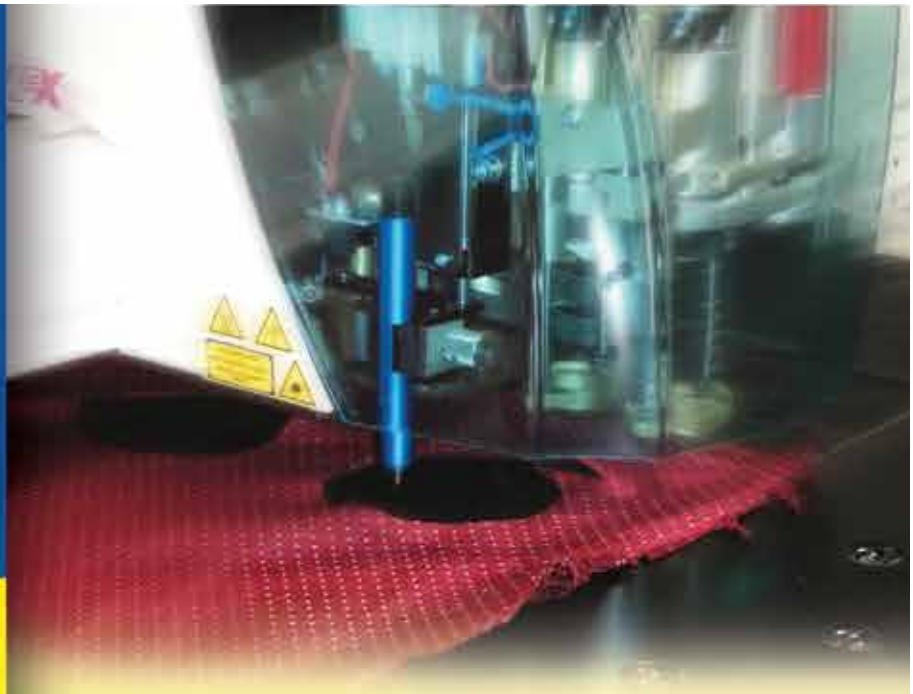
ACCESSORI E COMPONENTI
PER L'INDUSTRIA
DELLA CALZATURA

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

SOLETTIFICIO
TOLLIN

Solettificio Tollin s.r.l.
via Irpinia, 15 - Zona Art.
35020 Villatora di Saonara (Padova)
Tel. 003949640620
Fax 0039498790773
www.tollin.it e-mail: info@tollin.it

M2M
TRANCERIA
T. EMME 2
CAD - CAM
Risparmia tessuto!!!
Simulazione di taglio
e materiale gratuito



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

APPUNTAMENTO CON LA STORIA

DI DIEGO MAZZETTO

OMAGGIO A RODOLFO SIVIERO, LO 007 DELL'ARTE

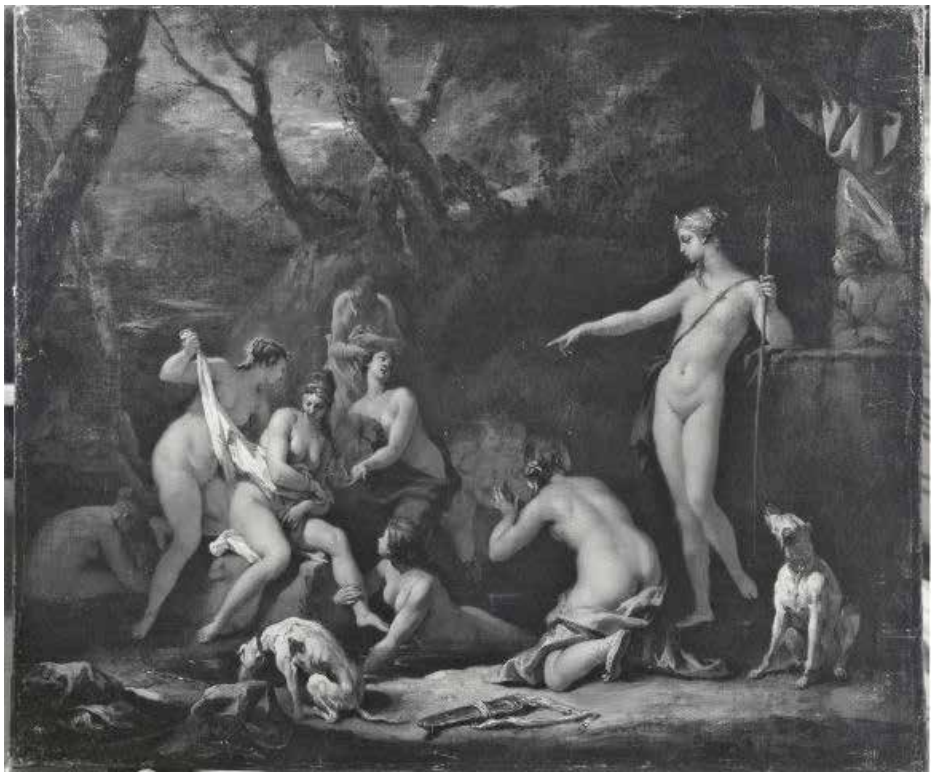
Poco più di trent'anni fa moriva a Firenze Rodolfo Siviero: un personaggio singolare e complesso che, come scrivono i suoi biografi, fu *storico dell'arte* e *spia*, *ministro plenipotenziario* e *agente segreto*, *poeta* e *dongiovanni*, ma, soprattutto l'uomo che contrastò – durante la seconda guerra mondiale e in particolare tra il 1943 e il 1945 – la volontà dei nazisti di trafugare i capolavori dell'arte italiana.

Siviero - bisogna ammetterlo – non fu un personaggio facile. La sua vita avventurosa, costellata da misteri e ambiguità, l'insofferenza verso la burocrazia, le sferzanti critiche nei riguardi dell'amministrazione pubblica e i frequenti litigi con i colleghi e i superiori gli procurarono molti fastidi e poca benevolenza.

Nato a Guardistallo in provincia di Pisa la vigilia di Natale del 1911, Siviero si dedicò con passione al mondo artistico al quale si avvicinò grazie anche agli studi letterari compiuti a Fi-

renze. Ma la sua strada non era quella di esercitare la funzione di insegnante accanto a qualche cattedra. Già dal 1934 egli aveva iniziato il suo lavoro di agente segreto, entrando a far parte del Servizio Informazioni Militari italiano per raccogliere indicazioni sui progetti nazisti riguardanti l'invasione dell'Austria. Simpatizzante inizialmente del fascismo, nei primi anni del secondo conflitto mondiale i suoi sentimenti politici mutarono decisamente trasformandosi in una vera e propria avversione per il nazi-fascismo quando si rese conto dell'enorme flusso di opere d'arte che i gerarchi nazisti, con la compiacenza del governo fascista, esportavano illegalmente dall'Italia per arricchire le loro collezioni. Con l'occupazione tedesca, seguita dall'armistizio dell'8 settembre 1943, il trafugamento di opere d'arte verso la Germania diventò una vera e propria razzia. Eclatante, a questo avviso, la testimonianza di Siviero nel raccontare i momenti che seguirono il ritrovamento, nelle miniere di sale austriache di Altaussee, delle grandi casse che conservavano un tesoro di opere d'arte credute perdute. "Tra quei monti boscosi e verdeggianti– scrisse Siviero – era da tempo noto che Göring avesse fatto trasferire le opere della sua raccolta personale messa insieme trafugando gallerie pubbliche e private di tutta Europa e in particolare dall'Italia". Da quell'oscura cava di sale, coperti dal fango, agli occhi degli scopritori si presentarono autentici capolavori. La *Danae* e la *Lavinia* di Tiziano, entrambe coperte di muffe, l'*Apollo* di Pompei che, rivoltato da strisce di tela, appariva come *Lazzaro* risorto. E poi ancora: la *Madonna di Bruges* di Michelangelo, l'enorme altare con l'*Adorazione del mistico agnello* di Jan van Eyck e gli altri capolavori del museo di Capodimonte seguiti dagli ori del Museo archeologico di Napoli che giacevano sparsi e razziati in fondo alle casse. Tra le centinaia di pezzi, Siviero annotava la testa ancora dell'*Ermes* di Lisippo e la *Madonna del velo* di Sebastiano del Piombo, con il volto così ossidato da sembrare perduto.

Dopo la Liberazione, grazie ai meriti acquisti nel periodo delle Resistenza e ai rapporti di fi-



A pagina 36 Rodolfo Siviero nel 1960 di fronte alla Madonna di Benedetto Buglioni
A pagina 37 Roma (1944), soldati tedeschi della divisione Hermann Goring in posa di fronte a Palazzo Venezia con un quadro prelevato nella Biblioteca del Museo Nazionale di Napoli
A sinistra: Diana e Callisto di Sebastiano Ricci. L'opera fu illegalmente acquistata nel 1941 dal generale Goring che la esporto' in Germania. Fu recuperata nel 1948 da Rodolfo Siviero
Nella pagina accanto Rodolfo Siviero con Pigmalione e Galatea del Bronzino da lui recuperato.

ducia e stima reciproca stabiliti con gli alleati, Siviero fu indicato dal Governo Italiano come la persona più idonea a trattare il problema della restituzione al nostro paese delle opere d'arte trafugate durante la guerra.
Nell'aprile del 1946 egli è nominato capo dell'Ufficio Interministeriale per il Recupero delle Opere d'Arte. Nel 1948 ottiene anche la restituzione di quelle opere che i gerarchi nazisti avevano comprato in Italia prima dell'8 settembre 1943 e che erano state illegalmente esportate in Germania con la complicità del regime fascista. Tra queste anche il *Discobolo Lancellotti*, copia romana da *Mirone*, diventata simbolo dell'opera di recupero portata avanti dallo 007 dell'arte.
Nel 1953 Siviero pone le basi per l'accordo tra il capo del governo italiano De Gasperi e il cancelliere della Germania Federale Adenauer, riguardante la restituzione di tutte le opere ritrovate in Germania alla fine della guerra. Negli anni seguenti è ancora lui a dare la caccia ai capolavori di cui si era persa traccia, come le *Fatiche di Ercole* di Antonio del Pollaiolo degli Uffizi, e alle opere che in vario modo continuavano ad essere rubate ed esportate illegalmente dal nostro paese. I numerosi e straordinari successi contribuirono a far nascere intorno alla sua persona una vera e propria leggenda. Dall'ufficio romano in Palazzo Venezia, Siviero organizzava i recuperi servendosi di un'efficiente rete di informatori e muovendosi all'interno della diplomazia europea del dopoguerra con grande abilità negoziale e altrettanta spregiudicatezza, continuando il suo lavoro fino alla morte, avvenuta nel 1983.
Ultimo atto di Siviero fu la disposizione testamentaria con la quale legò alla Regione Toscana la sua casa e la sua collezione affinché potessero diventare un museo che tramandasse i valori per i quali ha combattuto per tutta la vita. La concezione che *"le opere d'arte non sono un trofeo destinato ad arricchire le case e i musei dei vincitori delle guerre, ma, invece, rappresentano un bene inalienabile dell'identità culturale di una nazione"* è l'ideale a cui si sono ispirate la vita e le azioni di Rodolfo Siviero.
Il contributo che egli ha dato all'affermazione di questo principio è, a nostro avviso – insieme alle straordinarie opere recuperate che possiamo ammirare nei musei - l'eredità più importante che la sua figura di uomo, di storico dell'arte e di cittadino italiano ha lasciato a noi e alle generazioni future.

MODA E LUSSO: IL 2014 SI APRE CON LA CRESCITA DEI CONSUMI IN CINA

I consumatori cinesi continueranno a rappresentare un fattore chiave per la crescita del mercato del lusso nel 2014. Parte da questa considerazione il whitepaper China Reality Check (2014), realizzato da Exane BNP Paribas in collaborazione con ContactLab.

L'indagine offre nuovi elementi per analizzare la relazione tra i consumatori e i prodotti dell'abbigliamento e degli accessori di alta gamma in due mercati particolarmente evoluti e competitivi, le aree metropolitane di Shanghai e New York. Il progetto di ricerca di ContactLab si basa su un campione rappresentativo di circa 1000 residenti per ciascuna delle due metropoli, che ha coinvolto individui di età compresa tra i 25 e i 54 anni.

I risultati presi in esame dagli analisti in parte confermano e in parte smentiscono alcuni 'luoghi comuni' utilizzati per descrivere le abitudini dei consumatori cinesi e la loro passione per l'abbigliamento e gli accessori di lusso.

I consumatori cinesi intervistati confermano il loro amore per i beni di lusso, spendendo cifre molto più alte rispetto agli intervistati nella città di New York. Questo vale sia per chi ha un reddito equivalente al corrispettivo gruppo di intervistati americani sia per quelli con un reddito inferiore. Emerge anche che i cinesi spendono in generale molto di più dei consumatori occidentali, Europei inclusi. Negli scorsi 12 mesi, rispetto agli utenti residenti a New York, consumatori Shanghainesi hanno speso più di una volta e mezzo per l'abbigliamento di lusso (1.5x) e per le scarpe (1.4x), e oltre il doppio (2.3x) per acquistare borse firmate. In più dichiarano di voler spendere ancora più soldi in futuro per l'acquisto di beni di lusso: dichiarano infatti che andranno a spendere +74% sul prossimo vestito di lusso, +4% sulle scarpe e il 27% in più sulle borse nonostante le cifre già molto alte spese per questo genere di beni di consumo. I newyorkesi non sembrano essere da meno: dichiarano infatti che spenderanno il 55% in più sull'abbigliamento, il 5% sulle scarpe e il 48% sulle borse; restano comunque indietro rispetto ai cinesi se consideriamo la previsione di spesa assoluta.

L'analisi relativa alla conoscenza spontanea dei marchi di lusso da parte degli abitanti di Shanghai scardina una serie di stereotipi. Gli analisti Exane BNP Paribas mettono infatti in evidenza come gli utenti intervistati non sembrino avere ancora sviluppato conoscenze sofisticate in fatto di moda; la loro conoscenza spontanea dei grandi nomi del lusso è ancora limitata rispetto a quella mostrata dai Newyorkesi e si concentra su pochi brand famosi nell'immaginario collettivo.

Ma veniamo ai brand più citati. Se interrogati sui brand che vengono loro in mente in tema di lusso, per gli abitanti di Shanghai la prima risposta è Louis Vuitton, seguito da Chanel e da Gucci. Nella top 3 dei Newyorkesi: Gucci, il più citato spontaneamente, seguito da Coach e da Louis Vuitton al terzo posto. In generale i newyorkesi mostrano una conoscenza più raffinata e una maggiore sensibilità nei confronti dei marchi premium.

Il report conferma anche alcuni altri fatti già noti: i cinesi preferiscono acquistare i prodotti di lusso all'estero, e gli Shanghainesi non fanno eccezione: in Cina i prezzi sono più alti e questo fattore penalizza gli acquisti. E infatti solo il 30% dei cinesi, meno della metà (79%) dei newyorkesi, dichiara di non aver mai fatto acquisti di moda all'estero.

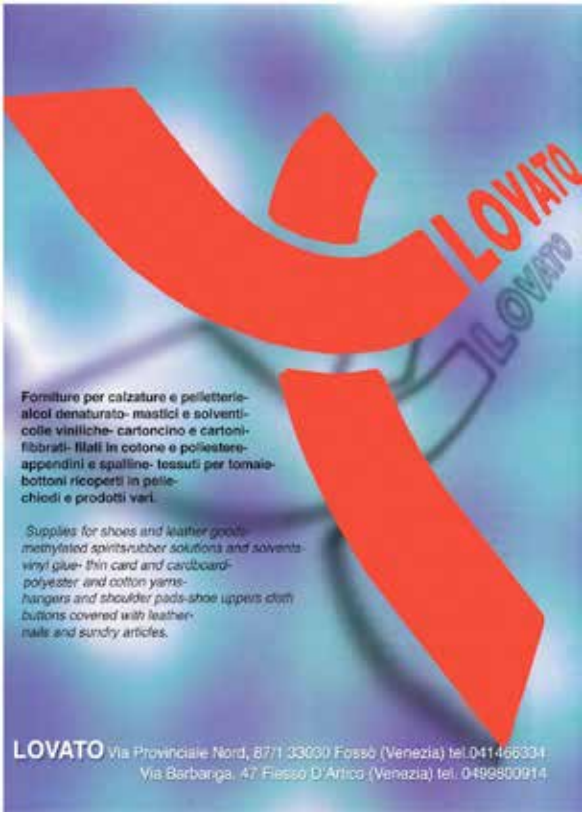
Inoltre, sia i cinesi che gli americani confermano la loro propensione al digitale: tanto a Shanghai quanto a New York almeno il 20% dei consumatori acquistano tramite negozi online monomarca o multibrand specializzati. Un terzo dei consumatori intervistati nella città cinese acquistano in modalità cross-canale, acquistando sia online che offline. Da qui un ulteriore assunto che riguarda l'importanza per i merchant di operare in un contesto di business omnicanale.

Ci sono forti similitudini tra Shanghai e NYC anche nella scelta delle fonti di informazione pre-acquisto: sul podio per gli abitanti di entrambe le città troviamo la navigazione sul web (il sito del brand resta la fonte preferita per circa l'80% dei consumatori), le comunicazioni inviate via email dai brand e il punto vendita, utilizzato come punto di riferimento per raccogliere informazioni su un prodotto o servizio.

In particolare un utente su 3, tanto a NYC (35%) quanto a Shanghai (31%), dichiara di essersi informato tramite le comunicazioni inviate dai brand via email. Da sapere anche che circa la metà tra coloro che si recano in boutique per acquistare un luxury good hanno ricevuto e aperto un messaggio di digital direct marketing inviato dal marchio o dal rivenditore: risulta quindi determinante l'influenza del canale email sugli acquisti in negozio e non solo su quelli online.

HOME
AZIENDA
PRODOTTI
OFFERTE
LA RIVISTA
CONTATTI
LOVATO
FORNITURE PER CALZATURE E PELLETTERIE
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

Penna Tingibordo
per cinture - pelletterie - tomaie
in vendita esclusiva da
lovato federico
tel. 041 466334


LOVATO
Forniture per calzature e pelletterie-
alcol denaturato- mastici e solventi-
colle viniliche- cartoncino e cartoni-
fibrati- filati in cotone e poliestere-
appendini e spalline- tessuti per tomaie-
bottoni ricoperti in pelle-
chiodi e prodotti vari.
Supplies for shoes and leather goods:
methylated spirits-rubber solutions and solvents-
vinyl glue- thin card and cardboard-
polyester and cotton yarns-
hangers and shoulder pads-shoe uppers cloth
buttons covered with leather-
nails and sundry articles.
LOVATO Via Provinciale Nord, 87/1 30030 Fossò (Venezia) tel.041466334
Via Barbariga, 47 Fiesso D'Artico (Venezia) tel. 0499800914

TAN®
Accessori e Tecnologie
per Calzature

TARRAGO
Shoe Care

Eagle
Sottopiedi e plantari

TINA
Lame

MOZART
FINEST IN BLADES
Trincetti

LOCTITE
Adesivi

DEER
Nastri Abrasivi

TAN Company Italia s.r.l.
Centro Direzionale Isola G7, 80143 Napoli
Tel: +39 0817347300 , Fax:+39 0817347120
mail: tancompany@tancompany.com
www.tancompany.com

EURO
MINUTERIE SRL

PRODUZIONE E COMMERCIO
MINUTERIE METALLICHE

"Da oltre 30 anni la commerciale al vostro servizio"

EUROMINUTERIE SRL
Via Austria 10/A
35127 Padova Z.I.
Tel. 049.8704170
Fax 049.8704188
www.eurominuterie.com
info@eurominuterie.com

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

www.lanzinastrificio.com

Zona Industriale Fiumicello, 13
52037 Sansepolcro (AR) - ITALY
Tel: +39 0575 742211 Fax: +39 0575 736116
e-mail: lanzi@lanzinastrificio.com

ALTER.
di Terrin Fabio e Giancarlo snc

NOVITA' ALTER
ACCOPPIATURA TESSUTI VARI,
RICAMI E LAVORAZIONI
A LASER

Via Mattei, 11
Tel/Fax 049/503215
30039 S. PIETRO DI STRA' (VE)
e-mail: info@alter-online.com
www.alter-online.com

Caramaschi
NASTRI ADESIVI TECNICI E NON SOLO

CARAMASCHI S.r.l.
Via L. Mastronardi, sn
27029 Vigevano (PV) – Italy
Tel +39 0381 83888
Fax +39 0381 937439
www.caramaschi.net
info@caramaschi.net

MAC SHOES S.r.l.

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*

Affitto capannoni a Fossò (Ve) zona industriale da mq. 300 circa info 335 6199719.

Signora con esperienza lavorativa presso tacchificio, disponibile per lavoro info 339 502 8049.

Signora disponibile per impiego nel sttore calzaturiero zona Riviera del Brenta. Tel. 347 1345062.

Affitto negozio mq. 215 a Fossò (Ve) zona centrale. Tel. 335 7079070.

Signora disponibile per impiego come addetta al finissaggio calzature zona Riviera del Brenta. Tel. 329 3169549.

Sollettificio cerca operaio/a con esperienza reparto pressatura sottopiedi. Tel. 340 6556709.

Operaio specializzato per calzaturifici disponibile zona Riviera del Brenta. Tel.333 3964578.

Vendo Calzera Ormac 750, garbasperoni "monoposto" a cuscino gonfiabile, calderina, forno, etc. Tel. 339 2871111 (Mattia)

Calzaturificio Riviera del Brenta cerca addetto al montaggio. Tel. 049 9831511.

Tranceria cerca addetto per macchina Cad-Cam zona Riviera del Brenta. Tel. 041 4196552.

Solettificio cerca operaio con esperienza zona Riviera del Brenta. Tel. 340 6556709.

Acquisto stock pellami. Tel. 348 5253999.

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

Pelletteria cerca orlatrice con esperienza zona Riviera del Brenta. Tel. 049 9790300.

Cerco spaccapelli "Fortuna" usata e macchina scarnitrice "Fortuna" usata. Tel. 049 8860296.

Orlatrice disponibile per lavoro a domicilio. Tel. 333 7978125 (Cinzia).

Modellista-orlatrice disponibile per lavoro zona Riviera del Brenta. Tel. 340 8639536.

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

Acquistiamo stock di accessori per calzature e rimanenze di produzione pagamento in contanti. Tel. 335 7079070.

MACCHINE E ACCESSORI
O.MA.CA.
CALZATURIFICI E PELLETTERIE

O.ma.ca. srl Unipersonale
Sede Magazzino - Via Capitello, 4 - 37060 Lugagnano di Sona - Verona
Magazzino 2 - Via Lombardia, s/n - 37060 Lugagnano di Sona - Verona
Tel. +39 045 6082376 - Fax +39 045 6082369
www.omacaitalia.it

stampeviolato
offset printing

• depliants • cataloghi aziendali • poster
• riviste • packaging • brochure

viale dell'industria, VI strada, 13
35023 bagnoli di sopra (PD)
tel. 049-9535267 - fax 049-9535352
info@stampeviolato.com - www.stampeviolato.com

team for children
ONLUS

Dona il tuo 5x1000:
C.F. *92218540281*

IL NOSTRO IMPEGNO NEL SORRISO DI UN BAMBINO

Il diritto al sorriso sembra scontato, ma non è così: per i bambini ricoverati nel Reparto di Oncoematologia Pediatrica di Padova, e per i loro genitori, è una conquista che si affronta giorno per giorno.

team for children si impegna da anni a portare ad ognuno di loro un sorriso e un gesto di speranza con il suo sostegno economico e logistico.

Se vuoi unirti al Team:

Sostieni i nostri progetti, aiutaci a supportare le attività ludiche ed educative per i bambini in Ospedale, ad aiutare le famiglie in difficoltà e a finanziare borse di studio per giovani Medici Oncologi.

Diventa volontario team for children (previa selezione e corso di formazione, assolutamente gratuiti) e presta il tuo servizio a contatto con i nostri piccoli amici.

Contatti

team for children ONLUS
Via Niccolò Tommaseo, 98/A
35131 Padova
Tel: +39 346 0027482
Fax: +39 049 751293
Sito: www.teamforchildren.it
E-mail: segreteria@teamforchildren.it

Donazione IBAN: IT47K0622512153100000061494

grafitex

Sacchi e panni in tessuto per calzature e pelletteria

Via A. Volta, 7 - 35030 Rubano Padova -- tel. 049 8977468 - fax 049 8977469
www.grafitex.it – info@grafitex.it

grafitex

argex

Progettazione e Produzione di scatole automontanti e fustellate per: calzature, pelletterie e accessori, cartelli vetrina, display box, espositori cartellini per abbigliamento.

Via Pelosa, 24 - 35030 Caselle di Selvazzano (PD) tel. 049 8974460 - fax 049 8978355
www.argex.it – info@argex.it

argex

F.LLI MAGRO

F.LLI MAGRO s.r.l. Via Toniolo, 28 - 30030 VIGONOVO (VENEZIA) IT - Tel. +39 049 9800388 Fax +39 049 9800377
www.magro.it **info@magro.it**