



# BUSINESS shoes

NOVEMBRE  
DICEMBRE  
2015

*magazine*

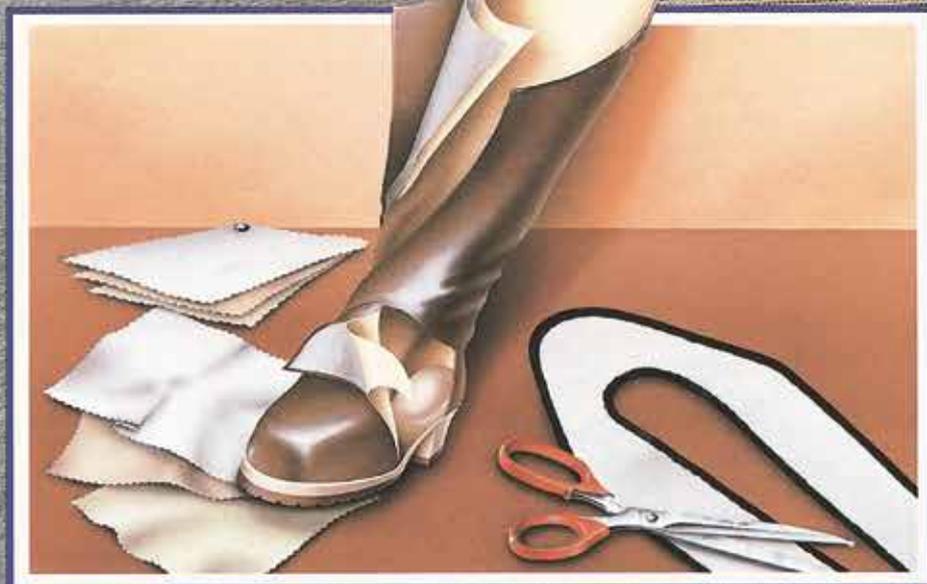
Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

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



## 70 anni di moda firmati Ballin

*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](mailto:carnevali@carnevali.it)  
**[www.luigicarnevali.com](http://www.luigicarnevali.com)**



# editoriale

## **Made in Venezia-Riviera del Brenta**

È realtà il progetto di certificazione della Calzatura Made in Venezia-Riviera del Brenta. Il progetto è frutto di un accordo raggiunto dalla Consulta Distrettuale calzaturiera, composta da ACRiB, Confindustria Padova, Confindustria Venezia, Associazione Artigiani e Piccola Impresa “Città della Riviera del Brenta”, Cna e organizzazioni sindacali e nasce con l'intento comune di garantire all'interno del distretto la legalità ritenuta elemento essenziale per la crescita e la difesa della qualità e della professionalità dello stesso.

“Chi entra in un qualsiasi negozio nel mondo - ha spiegato Franco Ballin, presidente del Politecnico calzaturiero - potrà grazie ad un sistema di identificazione univoco, riconoscere le calzature prodotte in Riviera del Brenta e comprenderne le caratteristiche qualitative. Questo sistema mette al riparo dal rischio contraffazione che tanto ha danneggiato il mercato e la nostra produzione”. Grazie infatti alla tecnologia Qr Code e l'Rfid si potrà risalire alla scheda tecnica della calzatura tramite una lettura con smartphone o tablet.

L'obiettivo è quello di valorizzare e sostenere la produzione delle aziende calzaturiere del territorio sia mediante un marchio di qualità, che porti in trasparenza l'intero processo produttivo per premiare tutte quelle aziende che operano nel rispetto delle regole e della legalità, sia mediante la tracciabilità del prodotto. Elevare la qualità e l'eticità del prodotto contribuirà a dare valore aggiunto alle nostre calzature e a qualificare ulteriormente l'offerta nei mercati nazionali ed internazionali.

**Federico Lovato**



**MODA**  
S R L

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



# sommario

N. 7 ANNO II - Bimestrale  
novembre dicembre 2015

**BUSINESS SHOES**  
magazine

Federico Lovato  
Nicola Brillo  
Diego Mazzetto  
Erica Trincanato  
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](http://www.businessshoes.it)

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

Numero repertorio ROC: 25417

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

Tipografia  
stampeviolato  
Bagnoli di Sopra (Padova)

- 3** EDITORIALE. Made in Venezia-Riviera del Brenta
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** ROBERTO BARINA E BALLIN. 70 anni di calzature
- 14** MADE IN VENEZIA-RIVIERA. Tracciabilità e certificazione
- 16** RADICCHIO D'ORO. Premiati i vincitori
- 18** CALZATURIFICIO VICARI. Visita del Prefetto di Venezia
- 20** ROTARY CLUB. Un aiuto per le mamme del Mali
- 24** BRAND DI LUSO. Attenzione all'acquisto online
- 28** ASSOCALZATURIFICI. Sostenere chi investe su innovazione
- 32** USA. Vola l'interscambio con l'Italia
- 36** STONEFLY ART PRIZE. Vince Enej Gala
- 44** MERCATINO. Tutte le occasioni

**ESCE IL CAMERIERE  
DI WEMBLEY**

pag. 40

Seguiteci anche sul nostro sito internet  
[www.businessshoes.it](http://www.businessshoes.it)

5 BUSINESS  
shoes



# atlante

BREVI DAL MONDO

## **Sanzioni Russia, Assocalzaturifici: “Bene l’intervento del Governo”**

Grazie all’intervento dell’Italia alla riunione del Coreper (Comitato dei rappresentanti permanenti, organo del Consiglio dell’Unione Europea) il rinnovo delle sanzioni europee alla Russia per altri sei mesi non sarà più automatico né tantomeno scontato, ma verrà vagliato nel corso della prossima riunione del Coreper, al Consiglio esteri o al vertice dei capi di Stato e di Governo. Il Governo italiano ha chiesto che si apra un dibattito politico sul rinnovo delle sanzioni economiche in scadenza il 31 dicembre: un risultato che Assocalzaturifici ha salutato in maniera positiva, alla luce dei pesanti contraccolpi subiti dal calzaturiero italiano su uno dei mercati più strategici per il nostro export. “Questo risultato è certamente molto importante ma non basta: chiediamo ancora più coraggio e l’abolizione definitiva delle sanzioni alla Russia – afferma Annarita Pilotti, presidente Assocalzaturifici. Il problema è stato posto finalmente in maniera forte e ci auspichiamo che questo possa aprire a una decisione definitiva in merito. Come mostrano i dati, le nostre aziende continuano a soffrire moltissimo per le sanzioni e crediamo ormai che non si possa più rimandare la loro abolizione, considerando soprattutto che queste pesano non tanto sugli elementi di debolezza strutturale dell’economia russa ma sul clima di incertezza venutosi a creare, che ha portato a una contrazione degli scambi e a un grave problema di circolazione di liquidità. Chiediamo quindi con forza al Governo di intervenire in prima linea sulle sanzioni per porre fine a una situazione diventata insostenibile per tante imprese, che a causa di queste misure versano in uno stato di estrema difficoltà”.

## **Nuovo modello sostenibile per l’approccio ai mercati esteri**

Si è svolto a Molvena (Vicenza) il primo incontro tra imprenditori del ciclo “Rimettere le scarpe ai sogni” organizzato da Salone d’Impresa presso la sede di Pedon Group. Il tema dell’internazionalizzazione è di per sé tra quelli scottanti per le aziende italiane e venete. La capacità e la possibilità di operare all’estero nei momenti di crisi è stata ed è tutt’ora una chiave della crescita di alcune aziende, oltre che una linea guida per uscire dalla crisi. Non si tratta dunque della panacea di tutti i mali e non è affatto un percorso semplice per le aziende, in particolare quelle medie e piccole che fanno parte del tessuto produttivo del territorio veneto e italiano in generale. Ai vari temi si aggiunge un concetto nuovo che è quello della sostenibilità, economica ma anche ambientale. Ha moderato l’incontro il presidente del Salone d’Impresa Ferdinando Azzariti che ha sottolineato come ci sia “una nuova attenzione delle imprese alla sostenibilità, non solo per le singole aziende ma a livello di filiera e guardando a questo concetto in modo ampio e completo non solo per quanto riguarda gli aspetti economici”.



## Tutti i numeri del settore calzaturiero nel 2015

Le ombre che avevano connotato negativamente gran parte delle variabili congiunturali nel corso del 2014 si sono allungate sul 2015, ritardando per il calzaturiero la ripartenza da tempo attesa; quella fragile ripresa che, sospinta dal crollo del prezzo del petrolio e dalla svalutazione del cambio dell'euro, ha invece cominciato a manifestarsi in altri settori dell'economia nazionale. La produzione calzaturiera (-3,2% in volume e -1,2% in valore nel primo semestre), i consumi interni, i volumi esportati e il saldo commerciale sono caratterizzati da segni negativi. I dati relativi all'andamento nei mesi estivi hanno confermato la debolezza della domanda, sia sul fronte interno che estero: a luglio l'export ha evidenziato, oltre ad un calo in quantità (-4,2%) – già peraltro rilevato per quasi tutti i mesi precedenti – anche una lieve flessione in valore (-1,9%); nel 2015 era accaduto solo a gennaio. Il trend sfavorevole parrebbe confermato anche nelle prime indicazioni di Istat relative ad agosto. I consumi delle famiglie italiane, pur se stabili ad agosto in volume (+0,2%), hanno perso nel bimestre luglio-agosto l'1,2% in quantità e il 3,7% in spesa sull'analogo periodo dello scorso anno. L'unico dato pienamente positivo viene dal versante occupazionale, dove – per la prima volta dal 2011 – è cessata la contrazione nel numero di addetti nei calzaturifici (+928 unità a fine settembre rispetto a dicembre 2014), pur a fronte di un ulteriore arretramento (attenuatosi decisamente nel secondo e terzo trimestre) nel numero di imprese. Numerosi, nello scenario macroeconomico, sono gli ostacoli che rendono difficoltoso il ritorno a evoluzioni della domanda finalmente premianti: alla cronica stagnazione dei consumi in ambito comunitario si sono aggiunte le conseguenze della crisi economico-politica in Russia e nei mercati dell'area CSI (tuttora ben lungi dall'essere superate), oltre al marcato rallentamento dell'economia giapponese. In Italia poi, un contesto meno penalizzante per l'occupazione e i redditi potrebbe favorire i consumi, ma vedrà le famiglie privilegiare anzitutto la ricostituzione dei risparmi.



**ORAFI**  
*Artigiani Associati*

PARTNERS

**idd**

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

Lo scorso 9 ottobre c'è stato un "compleanno" speciale a villa Pisani, la *regina* delle ville storiche della Riviera del Brenta. Sono stati festeggiati i settant'anni dell'azienda Ballin, fondata nel lontano 1945 dai fratelli Giorgio e Guido Ballin. Giorgio Ballin, oggi novantenne, ricorda ancora lucidamente l'inizio di quella meravigliosa quanto difficile avventura: "Mio padre desiderava per me un futuro da metalmeccanico – ha raccontato – ma io avevo una grande passione per le calzature. Così dopo un periodo in cui ho fatto anche il *tirante di barche a braccia* lungo il Brenta, ho iniziato a creare scarpe, lavorando in cucina e andando poi a venderle in bicicletta". Da quel lontano giorno sono trascorsi settant'anni e oggi Ballin è un marchio dalla visibilità internazionale con un giro d'affari di oltre 66 milioni di euro (il più alto registrato per un'impresa a conduzione familiare) e una serie di negozi tra i quali si contano quindici monomarca in Russia, boutique a Milano, Venezia, in Kazakistan, Polonia, Dubai e Hong Kong con nuovi progetti ormai quasi al termine in Medio e in Estremo Oriente e negli Usa. A stringersi in questa bella festa intorno alla famiglia, composta oltre dal capostipite Bruno dai figli Alessandro, Reanna, Gabriella e dal genero Roberto Barina, sono stati i dipendenti della grande azienda Ballin che tra maestranze dirette ed esterne conta più di mille unità.

**E proprio a Roberto Barina, direttore creativo e anima internazionale dell'azienda Ballin, abbiamo chiesto il valore di**



## ROBERTO BARINA DI CALZATURE IN RI

"Mio padre desiderava per me un futuro da metalmeccanico, m  
Ballin, oggi novantenne, ricorda gli inizi di 70 anni fa. Oggi l'az  
della calzatura di alta gamma con quindici monomarca in Russ



# E BALLIN: 70 ANNI VIVIERA DEL BRENTA

na io avevo una grande passione per le calzature”. Così Giorgio  
zienda, guidata da Roberto Barina, è un marchio internazionale  
sia, boutique a Milano, Venezia, in Kazakistan, Polonia e Dubai  
di Diego Mazzetto

**questo traguardo.**

Il traguardo dei settant'anni è stato per noi importante e abbiamo discusso a lungo sul festeggiarlo o meno perché c'era il rischio che diventasse una sorta di autocelebrazione. Poi abbiamo pensato che fosse giusto farlo, anche e soprattutto per i nostri collaboratori che ci affiancano da anni in quest'avventura. Ci siamo resi conto che quotidianamente siamo presi dalla frenesia del lavoro e non ci soffermiamo sui momenti belli come, per noi, è stato in quest'occasione.

**Una festa che è diventata anche un'opportunità per un importante gesto a favore dell'arte del territorio.**

Sì, abbiamo voluto dedicare questo compleanno all'arte che ci circonda finanziando il restauro della sala “delle Arti e dei paesaggi” di villa Pisani e l'affresco posto sulla facciata della chiesa di Fiesso d'Artico.

**Giorgio Ballin, il fondatore dell'azienda, è partito settant'anni fa con una valigia di scarpe verso la Germania. Com'è cambiato in tutti questi anni il mercato?**

Non è cambiato solo il mercato, ma il mondo e bisogna essere pronti a rimettersi in gioco quotidianamente. Io ho iniziato attraverso la classica gavetta di un tempo, dopo pochi anni di scuola di moda a Padova. Entrato in una fabbrica di scarpe ho imparato “sul campo”, facendo un po' di tutto ma seguendo e mettendo in pratica quando potevo la mia passione per il disegno, per i modelli. Negli anni Ottanta, quando mio suocero stava pensando di ritirarsi, ha chiamato la famiglia, di cui io

facevo parte avendo sposato la figlia Reanna, chiedendo loro se avevano voglia di credere nel futuro della calzatura continuando quest'avventura.

### **Una strada già segnata dunque...**

Non direi proprio così. Io venivo da una fabbrica con mentalità diverse da quelle impostate in quest'azienda. Insieme a mia moglie e ai cognati abbiamo dovuto cambiare mentalità perché il mondo correva a grande velocità. Vent'anni fa parlare di cambiamenti totali, di investimenti, era improponibile. Oggi ti dicono bravo, complimenti, ma quante incognite, quante scelte difficili.

**Oggi Ballin è un'azienda strutturata e invidiata che opera con le più importanti griffes mondiali senza rinunciare alla propria identità e portando avanti con successo anche la linea con il proprio marchio, quali sono i segreti?**

Il segreto è il lavoro e la qualità del prodotto. Può sembrare una frase fatta ma è così. Bisogna prestare la massima attenzione a tutti i passaggi produttivi così come non bisogna abbassare la guardia su tutti gli altri aspetti legati a una corretta gestione. Nel nostro caso ogni componente della famiglia segue un ramo dell'azienda: io rivesto il ruolo di Direttore artistico, Gabriella il ruolo di Direttore Commerciale, Reanna quello di Responsabile della gestione e della finanza, Alessandro è Responsabile della produzione e controllo.

Dai cancelli entrano quotidianamente i destini di centinaia di famiglie. La posta in gioco è alta e non possiamo trovarci impreparati.

Credere sul nostro marchio è stato poi importante e abbiamo la soddisfazione di lavorare con i più grandi nomi della moda mondiale, ma anche di poter contare sulla presenza del nostro marchio Ballin in tutti i mercati del *fashion*.

### **E la terza generazione?**

Abbiamo dei figli che per il momen-



to hanno deciso di intraprendere delle strade diverse: com'è giusto. Non possiamo obbligarli a scegliere un mestiere che non sentono come proprio, verso il quale non sono portati. Lasciamo che facciano liberamente le proprie esperienze, poi, se un giorno decideranno di avvicinarsi a questo mondo dovranno farlo con convinzione e umiltà affiancandosi a persone capaci e con la giusta esperienza.

**Tra i pregi riconosciuti all'azien-**

**da Ballin in Riviera del Brenta c'è quello della famosa scuola interna. Come si è strutturato questo progetto?**

Più che un progetto, è stata la risposta a una necessità creatasi già molto tempo fa. E' innegabile che uno dei problemi maggiori per le aziende calzaturiere è il ricambio del personale a tutti i livelli di mansione. Per questo abbiamo pensato di investire nelle persone creando una vera e propria "scuola" interna. Come funziona?



**Giorgio Ballin, fondatore  
dell'azienda di Fiesso d'Artico (Ve)**



Per fare un esempio valido per tutte le mansioni, abbiamo chiesto a tre orlatrici con esperienza di insegnare il proprio lavoro ad alcune ragazze inesperte. Partendo da una decina di *apprendiste*, dopo due anni d'insegnamento - tempo necessario per formare una brava orlatrice - per vari motivi che possono essere i più diversi ne rimangono tre. Se noi guardassimo all'investimento effettuato in termini di tempo e denaro tutti ci darebbero per pazzi. Noi però riteniamo che un investimento di questo tipo porti sempre buoni frutti e questa è diventata una piccola filosofia che ci permette di creare le maestranze future in grado di fornire il ricambio in azienda al momento opportuno.

**Trecento dipendenti interni e settecento legati a piccole aziende**

**esterne gravitanti nel territorio. Una scelta coraggiosa, indubbiamente.**

Anche questa è stata una scelta importante, è vero. I terzisti che lavorano con noi sono selezionati tra i migliori artigiani del territorio e sono continuamente seguiti dai tecnici del controllo qualità. La nostra è un'azienda certificata e dobbiamo offrire il meglio ai clienti che rappresentano l'eccellenza della moda mondiale. Ma c'è di più: le nostre proiezioni di crescita, pur con la crisi mondiale in atto - soprattutto nel mercato russo - ci portano a essere ottimisti sulla creazione di nuovi posti di lavoro.

**Un'azienda dunque che guarda al futuro...**

Certo, senza dimenticare il passato e soprattutto il valore della persona umana e della sua creatività nella sto-



Roberto Barina

ria calzaturiera che qui, nella Riviera del Brenta, rappresenta un sapere unico e irripetibile.



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 Monsignor Fortin, 44

35128 Padova

Tel. 049 7356069

Fax. 049 7356070

Cell. 3460027482

Sito: [www.teamforchildren.it](http://www.teamforchildren.it)

E-mail: [segreteria@teamforchildren.it](mailto:segreteria@teamforchildren.it)



# TRACCIABILITÀ E CERTIFICAZIONE MADE IN VENEZIA-RIVIERA DEL BRENTA

Elevare la qualità e l'eticità del prodotto realizzato nel distretto della calzatura della Riviera del Brenta ed eliminare le sacche di concorrenza sleale interne al sistema.

E' stato presentato presso la sede del Politecnico Calzaturiero a Capriccio di Vigonza (Pd), a metà dicembre, il progetto di certificazione della Calzatura Made in Venezia-Riviera del Brenta. A sottoscriverlo ACRiB, Confindustria Padova, Confindustria Venezia, Associazione Artigiani e Piccola Impresa "Città della Riviera del Brenta", CNA Regionale e provinciale di Venezia, per i datori di lavoro, Filctem CGIL Regionale e provinciali di Venezia e Padova, Femca CISL Regionale e provinciale di Venezia, per i lavoratori.

Il progetto è frutto di un accordo raggiunto dalla Consulta Distrettuale calzaturiera e nasce con l'intento comune di garantire all'interno del distretto la legalità ritenuta elemento essenziale per la crescita e la difesa della qualità e della professionalità dello stesso. E che nei confronti del consumatore garantisca un marchio di qualità che porti in trasparenza l'intero processo produttivo per premiare tutte le aziende che operano nel rispetto delle regole e della legalità.

In Riviera del Brenta produzione e fatturato del comparto si sono confermate nell'ultimo decennio, attestandosi a quasi 20 milioni di paia di scarpe e 1,65 miliardi di euro di fatturato complessivo, con un export pari al 91%. Negli ultimi anni si è però assistito ad una contrazione del numero dei calzaturifici e delle aziende della filiera, inclusi i tomaifici.



Il prodotto Made in Venezia-Riviera del Brenta verrà ulteriormente valorizzato grazie alla maggiore trasparenza nei confronti del consumatore finale, alla responsabilità nei confronti dei fornitori, alla garanzia di autenticità e di eticità dei comportamenti ed alla tracciabilità delle materie prime (ove possibile). Il marchio sarà il "passaporto" del prodotto che fornirà al consumatore tutte le informazioni utili per un acquisto più consapevole e garantito.

Il progetto complessivo prevede un'analisi preventiva dei mercati cui sono rivolti i prodotti, con le caratteristiche della clientela, le motivazioni all'acquisto ed i canali preferiti. A questa seguirà la stipula di un contratto di rete tra le aziende della filiera, con la definizione stilistica dei prodotti sulla base dei dati raccolti, la costituzione di una struttura commerciale che individui metodi espositivi della merce e la clientela, raccogliendo gli ordini,

la costituzione di una o più aggregazioni d'acquisto delle materie prime sia per abbatterne i costi sia per garantirne il continuo monitoraggio, l'avvio della produzione caratterizzata da marchio ed etichette, col sostegno di un'adeguata comunicazione.

E' prevista anche una tracciabilità del prodotto e delle varie fasi di lavorazione attraverso tecnologie RFID. La verifica dell'attuazione di quanto concordato tra le parti sarà affidata ad un ente certificatore esterno che accerterà costantemente e in totale trasparenza il rispetto degli accordi di rete, di quelli sindacali e delle norme in materia di lavoro e sicurezza.

"Il marchio di filiera della calzatura "Made in Venezia Riviera del Brenta" è l'unico strumento in grado di garantire una corretta concorrenza tra le imprese, combattere l'illegalità e il lavoro nero", ha commentato il presidente di Cna Federmoda Veneto, Pier Giorgio Silvestrin.



# 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](mailto:info@armida-srl.it)  
[www.armida-srl.it](http://www.armida-srl.it)

**da più di 35 anni  
al servizio  
della calzatura**

*Cappellini*   *Applicazioni Paillettes*   *Maglieria*  
*Calzature*   **Taglio Laser**   *Abbigliamento*  
*Pelletteria*   **MERJ**   *Etichette*

**RICAMI**

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

# LE STELLE DELLO SPORT, DELLA CULTURA E DEL GIORNALISMO ALLA 17ma EDIZIONE DEL PREMIO “RADICCHIO D’ORO”



Si è rivelata una bella novità la tensostruttura innalzata quest'anno accanto all'Hotel Fior, storica sede del premio, sotto la quale si è svolta la consegna dei “Radicchi d'oro”, coordinata dalla conduttrice televisiva Savina Confaloni. Lo scorso 16 novembre gli invitati sono stati accolti, dopo la degustazione impeccabile dei prodotti del territorio offerta dal Consorzio Ristoratori del Radicchio, in uno spazio accogliente, comodo e funzionale, che ha consentito un'ottimale gestione dell'evento. Un'accoglienza davvero generosa e festosa. Madrina della serata è stata la splendida Miss Italia Alice Sabatini.

Un premio, il “Radicchio d'oro” cresciuto nel tempo grazie all'entusiasmo in *primis* del *patron* Egidio Fior, (coadiuvato dal figlio Fabio) degli organizzatori, degli sponsor, di tutti i partecipanti: ospiti e premiati. Un avvenimento atteso, se non altro perché unico nel suo genere nel Veneto e rivolto alla valorizzazione di un suo prodotto unico; il radicchio di Treviso.

In definitiva il “Radicchio d'oro” non è solo un premio, è soprattutto una festa, un convivio tra persone diverse per attitudine e abilità, ma accomunate dagli stessi sentimenti, dalle stesse passioni e dagli stessi valori.

L'evento, straordinario e di grande richiamo, è stato soprattutto un omaggio ai celebri radicchi Igp di Treviso (rosso tardivo) e variegati di Castelfranco, “fiori” che si mangiano, orgoglio dell'agricoltura del luogo. Fiori che si sono fatti superbamente ammirare, ma anche gustare in piatti sapientemente preparati dagli chef del Consorzio “Ristoranti del radicchio”, presieduto da Egidio Fior.

Particolarmente spettacolare la consegna dei premi. Li hanno ottenuti quest'anno Stefano Zecchi per la cultura; “Coop Italia” (ha ritirato il premio Giuseppe Iasella) per la sostenibilità e l'innovazione nel Settore



ortofrutta; Giorgione Barchiesi per l'enogastronomia; Luca Toni, Silvia Marangoni ed Eusebio Di Francesco per lo sport; Sergio Pecorelli per la ricerca scientifica; Livia Azzariti, per la cultura/divulgazione scientifica; Luca Telese, per la cultura/informazione; Davide Rampello, nell'anno dell'Expo; Giancarlo Giannini per la cultura/spettacolo. Il Premio DOP alla trevigianità è stato assegnato a Marco Varisco.

Il Comitato d'onore del Premio è formato da numerose personalità tra cui: Leonardo Muraro Presidente della Provincia di Treviso; Cesare Bellò, Consigliere delegato OPO Veneto; Furio Bragagnollo, Presidente Pasta Zara Spa; Walter Brunello; Sergio Campana, Presidente onorario Associazione Calciatori; Guido D'Ubaldo, Consigliere Nazionale Ordine dei Giornalisti; Beppe Gioia, giornalista RAI; Mario Maffucci, giornalista e consulente progetti di comunicazione; Carlo Orichuia, Direttore TV Numeri Uno - Rai Eri; Francesco Guidolin, allenatore; Ercole Spallanzani, Caposervizio sport Prima Pagina Reggio e Modena.

**Diego Mazzetto**



# IL PREFETTO DI VENEZIA IN VISITA AL CALZATURIFICIO SANDRO VICARI



Il Prefetto di Venezia Cuttaia incontra i dipendenti dell'azienda

*Una sorpresa molto gradita.* Così Sandro Vicari, titolare dell'omonimo calzaturificio di Fiesso d'Artico ha definito la visita del Prefetto di Venezia dott. Domenico Cuttaia avvenuta lo scorso 14 dicembre. Il Prefetto ha incontrato le maestranze e la dirigenza del calzaturificio durante la pausa mensa di mezzogiorno intrattenendosi cordialmente con i protagonisti di un mondo, quello calzaturiero, che tanta storia e tradizione riveste nella Riviera del Brenta. Nel corso della sua conversazione con i lavoratori il Prefetto ha sottolineato il suo ruolo *apolitico* e a servizio totale dello Stato, evidenziando che tra i suoi compiti c'è anche quello di trasmettere fiducia e ottimismo ai lavoratori soprattutto in momenti difficili come quelli attuali. "Il peggio è decisamente passato – ha rilevato il dott. Cuttaia – e i segni di ripresa sono evidenti. Bisogna perseverare su questa strada". Nel momento dei saluti e degli auguri



Sandro Vicari

per le vicine festività, il Prefetto ha assicurato un suo ritorno a breve per assistere alle varie fasi di lavoro del calzaturificio Vicari: un'azienda che si distingue per l'accurata lavorazione manuale, l'impiego di materiali di primissima qualità e la ricerca di avanzati accorgimenti tecnici in grado di offrire il massimo confort. Un calzaturificio

ancora saldamente in mano ad una *famiglia* – particolare oggi non così scontato - rappresentata dal fondatore Sandro Vicari, dalla figlia Alessandra e dal genero Mario Peghin.

"La visita del Prefetto – ha evidenziato Sandro Vicari – ci ha particolarmente onorato e lo ringraziamo per la sua presenza e le gentili parole che ci stimolano a proseguire nel nostro lavoro difficile ma affascinante. Non dobbiamo dimenticare che qui nella Riviera del Brenta noi facciamo le più belle scarpe del mondo. Per questo abbiamo l'obbligo di amare il lavoro calzaturiero e le nostre capacità. Perché la storia artigiana che tramandiamo, e che ci rende unici, rappresenta la nostra forza". L'occasione della visita è maturata a seguito dei contatti avuti dal Prefetto con il titolare Sandro Vicari, quale insignito di onorificenza al merito della Repubblica.

**Diego Mazzetto**

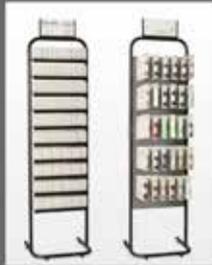


## STRINGHIFICIO SERRANO

Produzione: stringhe per industrie, stringhe appaiate per calzolari e centri commerciali  
cordoncini poliestere, cotone e cerati per bigiotteria e abbigliamento



Stringificio Serrano s.r.l.  
Via A. Merloni, 46  
60030 Serra de' Conti (AN)  
Tel. 0731 879487  
Fax 0731 878108  
info@stringificiosestano.com  
www.stringificiosestano.com



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

# UN AIUTO PER LE MAMME DEL MALI DAL ROTARY CLUB VENEZIA RIVIERA



Un aiuto alle mamme del Mali è partito dalla Riviera del Brenta grazie all'impegno del Rotary club territoriale affiancato dai Club di Mestre, Mestre Torre e Noale. Durante una serata di presentazione, avvenuta lo scorso 22 ottobre presso villa Franceschi di Mira sede del Club Rotary Venezia – Riviera del Brenta- il Presidente Piero Milano ha consegnato alla sig.ra Marisa Bettio, ostetrica professionista da più di trent'anni, un assegno di ottomila euro. "Questo *service* ci rende particolarmente orgogliosi – ha detto il presiden-

te Milano durante la serata – per la sua valenza umanitaria verso le donne del Mali che una persona speciale come Marisa Bettio ci ha permesso di conoscere in tutte le sue drammatiche sfaccettature.

Quando all'inizio del corrente anno ho cominciato a pensare quali erano i progetti e i *service* che potevo sviluppare nel corso del mio mandato di presidenza, mi è venuta in mente Marisa Bettio e quello che lei fa ormai da diversi anni in Mali.

L'idea di poter, noi fortunati abitanti di questo pianeta, aiutare chi

in un'altra parte del mondo non ha quasi il minimo per sopravvivere mi ha entusiasmato.

La conferma ad andare avanti e a proporre questo mio progetto anche agli altri tre Club Rotary di Venezia Mestre, Venezia Mestre Torre e Venezia Noale dei Tempesta l'ho avuta dopo aver parlato con Marisa. La sua forza e il suo entusiasmo mi hanno fin da subito contagiato, in particolare quando tra le varie iniziative delle Suore del Santo Natale che gestiscono questa struttura a Koutiala, Marisa mi ha parlato di come aiutano



le mamme a far nascere i bimbi. Oggi che siamo qui per chiudere il *service* e consegnare questa somma a Marisa per i suoi bambini credo che tutti noi ci dobbiamo sentire bene. Un gesto piccolo che però porta un po' di luce a chi ha veramente bisogno ed ha avuto la sfortuna di nascere in una parte del mondo martoriata dalla fame e dalla guerra. Grazie Marisa per averci dato questa splendida opportunità!"

Anni fa, a seguito di un periodo difficile, Marisa ha incontrato una suora missionaria italiana che stava cercando di far sorgere una casa di maternità nel villaggio di Koutiala (Mali), con l'intento di aiutare le donne povere a mettere al mondo i propri figli con dignità e un minimo di sicurezza per la pro-

pria vita e quella dei loro bambini. Marisa fu invitata a recarsi laggiù e, alternandosi ad altre ostetriche volontarie, a insegnare alle donne del luogo come aiutare una mamma che è in procinto di partorire. "L'impatto con la realtà del Mali ebbe su di me l'effetto di un pugno allo stomaco – afferma Marisa. Io, abituata alle più moderne sale parto, mi ritrovai a lavorare in una stanzetta dotata di un vecchio letto dove, al posto del telo sterilizzato, era posta la gonna della paziente stessa. Indumento che tornava a essere riutilizzato dalla mamma dopo il parto. Abituata all'asetticità assoluta degli ambienti ospedalieri, dovetti ingaggiare una lotta cruenta contro le mosche. Io, proveniente da un mondo, il nostro, dove il cibo avanzato si butta via,

fui costretta a vedere una donna in avanzato stato di gravidanza che mi osservava mentre stavo facendo uno spuntino con un pezzo di pane scoprendo, qualche minuto più tardi, che quella povera creatura non mangiava da più di una settimana.

Un giorno, mentre stavo entrando in un villaggio, scorsi tra un cumulo di spazzatura una neonata ancora in vita abbandonata dalla madre perché prematura. Senza pensarci due volte, la raccolsi, la ripulii alla meglio e la pesai -700 grammi. Con fatica le feci bere poche gocce di latte e cercai di riscaldarla in qualche modo. Ma come? Non c'erano culle termiche.

E allora, sebbene fosse rischioso, la esposi ai raggi del sole girandola e rigirandola, affinché non si ustio-



nasse. La piccola si salvò e, ancora oggi a distanza di anni, lei e i suoi genitori adottivi sono i primi ad accogliermi quando faccio visita al loro villaggio. La bambina, non a caso, si chiama Maria Sole”.

Fin dalla sua prima visita, risalente ormai al lontano 2002, Marisa si è resa conto che l'aiuto fornito a quelle mamme e ai loro bambini, non avrebbe potuto esaurirsi in una mera visita di pochi giorni l'anno; perciò, una volta tornata a casa, si è immediatamente prodigata per costituire un gruppo di amici che continuasse ad aiutare costantemente le persone bisognose di quei luoghi.

Ecco come è nata l'Associazione *La casa della Vita* Onlus, fondata da Marisa Bettio insieme a Stefania Cappellato e ad altri amici

nel 2010. “L'intento principale dell'Associazione – raccontano Marisa Bettio e Stefania Cappellato - è quello di raccogliere quanti più fondi possibili da inviare con regolarità alle Suore per sostenere economicamente il reparto di maternità del villaggio di Koutiala.

Ci occupiamo anche del progetto *madri e cucito*, un'opera di socializzazione e insegnamento del *taglia e cuci* alle madri incinte, che spesso sono sole perché abbandonate dai loro compagni che si sono recati in altri luoghi a cercare miglior fortuna.

Un altro impegno che ci ha particolarmente coinvolto riguarda il nostro piccolo amico Daouda che, grazie a medici illuminati e persone volonterose, è stato curato da una malattia gravissima,

causata da un *Micobatterio* contratto dopo essere stato morso da un serpente.

Per la sua opera di Ostetrica Missionaria in Africa, Marisa Bettio è stata insignita del *Premio Samaritano 2014*: un prestigioso riconoscimento a carattere nazionale che AVIS - Riviera del Brenta conferisce ogni due anni a persone che si sono distinte per gesti di altruismo.

Per raccontare il suo impegno professionale e umano, lo scorso 13 novembre presso la villa Foscarini Rossi di Stra, Marisa ha presentato il suo primo libro dal titolo *La vita inizia prima della nascita*. Un testo sbocciato dalla sua passione e dalle sue esperienze sull'affascinante mistero della vita prenatale.

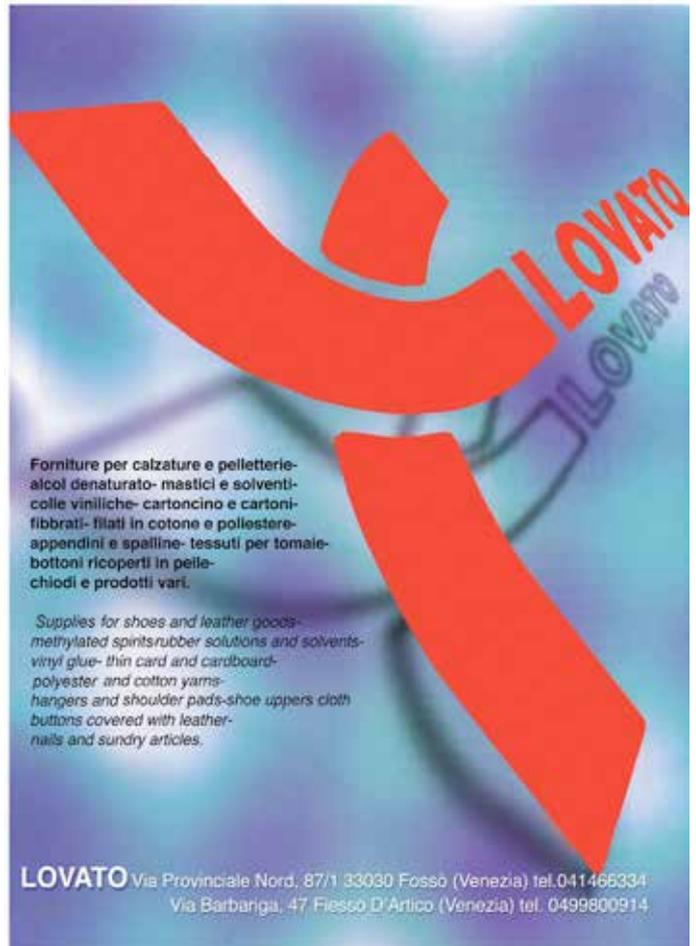
**Diego Mazzetto**

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*



Forniture per calzature e pelletterie-  
alcol denaturato- mastici e solventi-  
colle viniliche- cartoncino e cartoni-  
fibrati- filati in cotone e poliestere-  
appendini e spilline- tessuti per tomaie-  
bottoni ricoperti in pelle-  
chiodi e prodotti vari.

*Supplies for shoes and leather goods-  
methylated spirits-rubber solutions and solvents-  
vinyl glue- thin card and cardboard-  
polyester and cotton yarns-  
hangers and shoulder pads-shoe uppers cloth  
buttons covered with leather-  
nails and sundry articles.*

**LOVATO** Via Provinciale Nord, 87/1 33030 Fossò (Venezia) tel. 041466334  
Via Barbariga, 47 Fiesco D'Artico (Venezia) tel. 0499800914

## RIPARATORE PER CAMOSCIO



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

# BRAND DI LUSSO, FARE ATTENZIONE ALL'ESPERIENZA DI ACQUISTO ONLINE

I marchi di alta moda rischiano di perdere clienti se non offriranno una "migliore" esperienza di acquisto in rete. Molti brand di lusso potrebbero fare due volte di più quando si tratta di offrire ai loro clienti un'esperienza di acquisto online. Lo riferisce il nuovo studio di ContactLab, leader di mercato per servizi e soluzioni di digital customer engagement. Questa lacuna potrebbe comportare per i marchi operanti nel mercato dei beni di lusso la perdita di clienti che non sono soddisfatti del servizio offerto.

Lo studio "The Online Purchase Experience Ranking" realizzato in collaborazione con Exane BNP Paribas, ha rilevato che i brand sono in grado di offrire al consumatore un'esperienza di marca adeguata al posizionamento di lusso del brand solamente nel 50% dei casi. Gli analisti di ContactLab hanno elaborato 67 parametri per valutare il servizio offerto dai brand di lusso, analizzando il processo di acquisto nel suo complesso, dalla procedura dell'ordine online alla consegna, dal confezionamento fino alla restituzione del prodotto.

Lo studio, il primo al mondo che approfondisce la relazione tra l'esperienza di acquisto online del consumatore e il ciclo di vita, nella sua interezza, del prodotto venduto online, ha preso in considerazione 29 brand di lusso globalmente riconosciuti, tra cui 4 principali e-tailers, analizzando tutti i punti d'ingaggio sia fisici sia digitali con cui un marchio entra in relazione con i consumatori durante un acquisto online. I punti d'ingaggio digitali fanno riferimento al processo online, ad esempio scegliere un prodotto o procedere al check out, mentre quelli fisici riguardano l'interazione del cliente con

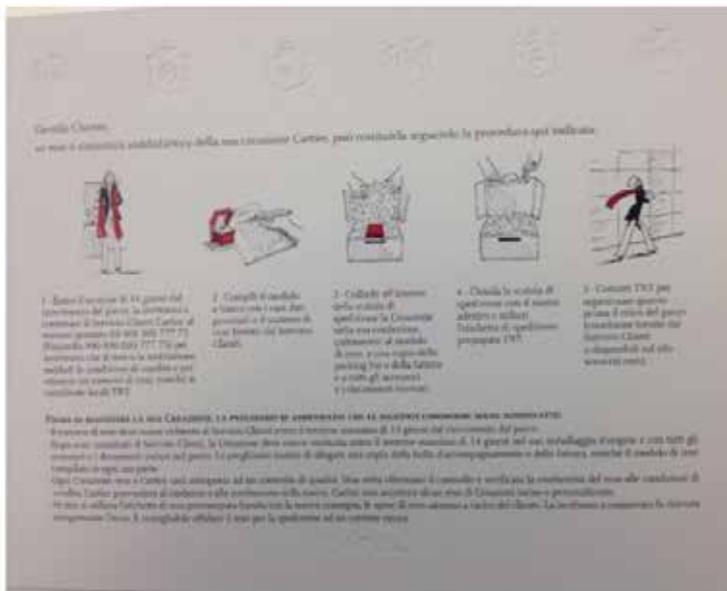


Fendi, l'originale packaging della documentazione

il prodotto, come i tempi di consegna o le politiche di reso. Contactlab ha quindi mappato i risultati in una mappa denominata "Online Purchasing Experience Ranking", ponendo i punti d'ingaggio digitali su un asse e i punti d'ingaggio fisici sull'altro.

"C'è sicuramente molto lavoro da fare per i brand del lusso se vogliono incrementare le loro vendite online. I consumatori spendono molti soldi per acquistare un bene di lusso e si aspettano che l'intero processo abbia i connotati del lusso, a partire dall'ordine online fino alla consegna a domicilio. Allo stato attuale, pochi brand secondo la nostra analisi raggiungono il loro pieno potenziale. Le case madri dovrebbero fare uno sforzo in più per garantire all'acquirente un'esperienza di marca adeguata al posizionamento di lusso del brand, perché dove questo non accade, il consumatore può essere influenzato negativamente dalla mancanza di "luxury feeling" nell'intero ciclo di vita del prodotto", ha dichiarato il *ceo* di ContactLab Massimo Fubini. "Il nostro studio – ha proseguito Fu-

bini - evidenzia che molti brand non prestano attenzione ai piccoli dettagli che fanno poi la differenza, ad esempio confezionano il prodotto con un pacco di carta standard, invece che consegnarlo in un modo più lussuoso. Alcuni marchi come Fendi, Cartier, Tod's e Net-a-Porter eseguono le best practice nel processo di confezionamento, prestando attenzione nel mantenere i connotati del lusso in tutto il consumer journey. Il settore dell'alta moda ha faticato, in passato, a trasferire i tratti del lusso dai negozi fisici all'offerta online, ma concentrandosi sull'intero percorso di shopping e offrendo un valore aggiunto ad ogni fase, i retailer potranno trarre vantaggio dalle possibilità che offre internet". Il team di esperti di ContactLab ha studiato l'intero percorso di acquisto di un oggetto di lusso acquistando due prodotti per ogni brand, uno da uomo e uno da donna ed esaminando tutte le fasi del processo. Tra i grandi marchi di lusso analizzati figurano Gucci, Louis Vuitton, Prada, Burberry, Hermes, Cartier, Tiffany e Armani.



**Cartier, packaging delle istruzioni**

Lo studio ha rivelato che i brand analizzati sfruttano meno della metà del loro potenziale sia per quanto riguarda i punti d'ingaggio fisici (46%) che per quelli digitali (45%). Gli esperti hanno scoperto che Fendi e Cartier, da poco entrati nel settore e-commerce, sono i leader nel Customer Engagement offline e offrono un'esperienza online simile a quella che i consumatori trovano nel negozio fisico. Dall'altra parte, Balenciaga è al primo posto per quanto riguarda il Customer Engagement digitale, seguito da Net-a-Porter, Zegna e Saint Laurent.

Lo studio ha inoltre rivelato che gli e-tailer si comportano meglio dei punti vendita monomarca, in particolare Net-a-Porter e Mr Porter – sono in ottima posizione sia per i punti d'ingaggio fisici che per quelli online. I brand “Powered by Yoox”, ovvero quelli che utilizzano la piattaforma di Yoox Group per vendere online i loro prodotti, si comportano bene nei punti d'ingaggio digitali, ma non altrettanto in quelli fisici. Tra questi figurano Zegna e i brand che fanno parte di Elite (joint venture tra Yoox e Kering) come Balenciaga, Saint Laurent e Bottega Veneta, tutti classificati molto bene nell'Online Purchasing Experience Matrix.

“Il nostro studio mostra come Fendi stia facendo da pioniere nell'applicare le best practice in molti aspetti, proponendo un'esperienza di e-commerce distintiva, che offre un consumer journey di lusso dall'inizio alla fine”, ha dichiarato Marco Pozzi, Senior Advisor di ContactLab.

ContactLab, uno dei leader mondiali per servizi e soluzioni di digital customer engagement, ha inoltre osservato che la maggior parte dei brand inviano email di benvenuto, mentre che soltanto tre marchi – Bulgari, Tiffany e Luisaviaroma - inviano email di double-opt in. Dolce & Gabbana è l'unico brand a mandare tutte e due le tipologie di email.

Gli esperti hanno inoltre evidenziato che il 50% dei brand ingaggia i clienti in modo personalizzato usando il loro nome nelle email di benvenuto, insieme ad una formula di saluto differenziata in base al genere, mentre solo Armani cambia il contenuto dell'email a seconda del sesso del cliente e Coach è l'unico marchio che profila in modo progressivo i clienti che ritornano sul sito per fare un altro acquisto. Infine, solo 6 brand inseriscono un link ad un “Trova Negozi” nelle loro email.

“Lo studio dimostra come le aziende debbano allineare l'esperienza del consumatore al ciclo di vita del prodotto, prestando attenzione in tutte le fasi del processo di acquisto online – ha aggiunto Fubini. Gli strumenti digitali di customer engagement permettono ai brand di interagire con i consumatori in maniera efficace e rappresentano un elemento chiave per garantire un consumer journey di lusso. Il Digital direct marketing attraverso email, sms e notifiche push offre ai brand di moda e di lusso una grande occasione per interagire con i loro clienti, aumentando la loro fidelizzazione all'acquisto e, di conseguenza, i profitti.

“Rispettare le best practice facendo leva sugli strumenti di digital direct marketing può fare la differenza per un brand che voglia conquistare e fidelizzare un cliente. Interagire con i clienti prima, dopo e durante il processo di acquisto, garantendo un'esperienza fluida e facendo loro percepire che non vi sono barriere tra l'online e l'offline è fondamentale per suscitare in loro la sensazione che stanno ricevendo non solo un prodotto di lusso ma anche un servizio di alta classe” ha concluso Massimo Fubini.





**NASTROTEX CUFRA SPA**  
PRODUZIONE NASTRI ELASTICI

Nastrotex-Cufra Spa Via S.S. Soncinese 498, 2 Covo (Bg)  
Tel. 0363 938167 Fax 0363 93798 [www.nastrotex-cufra.it](http://www.nastrotex-cufra.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](http://www.scatoleduegi.it) - [info@scatoleduegi.it](mailto:info@scatoleduegi.it)





**FSC**  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org)  
FSC® C105845





Organismo accreditato da ACCRESMA  
CERTQUALITY

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.



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](mailto: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](mailto:tranceriabieffe@libero.it) - [www.tranceriabieffe.it](http://www.tranceriabieffe.it)



Rivenditore tessuti da rinforzo  
Capame ditta Kalff  
[www.lovatoforniture.it](http://www.lovatoforniture.it)

TINTURA ALL'ACQUA  
PER BORDI FENICE



Rivenditore autorizzato  
[www.lovatoforniture.it](http://www.lovatoforniture.it)

# ASSOCALZATURIFICI: “SOSTENERE CHI INVESTE SU INNOVAZIONE E CAMPIONARI”

“Il 2015 si chiude in uno scenario ancora difficile per il calzaturiero italiano, con tante aziende che faticano a vedere una via d’uscita: per questo Assocalzaturifici in questo momento vuole dare un sostegno concreto agli imprenditori che continuano a investire nelle collezioni, nell’innovazione e nell’esplorazione di nuovi mercati – afferma Annarita Pilotti, presidente Assocalzaturifici. Abbiamo infatti deciso di incentivare le aziende che partecipano a più appuntamenti internazionali organizzati dall’Associazione in tutto il mondo per la promozione del Made in Italy calzaturiero: si tratta di un’iniziativa importante che ho fortemente voluto per dare un segnale forte di fiducia e di aiuto concreto alle imprese. Abbiamo bisogno di guardare con proattività al futuro e credo che il compito dell’Associazione sia proprio quello di aiutare gli imprenditori a guardare lontano e a non fermarsi anche in un momento come quello attuale, che più che mai appare difficile e complesso”.

Il Consiglio Direttivo di Assocalzaturifici ha infatti approvato un pacchetto di agevolazioni destinate alle imprese associate che partecipano alle manifestazioni fieristiche all’estero promosse e patrocinate da Assocalzaturifici, con l’obiettivo di rafforzare la politica promozionale e il consolidamento del settore sui mercati esteri, supportando i grandi sforzi che le imprese stanno mettendo in atto per mantenere la competitività sui mercati internazionali in un momento di prolungata difficoltà. Le aziende potranno usufruire di un voucher valido per gli eventi del primo semestre 2016 godendo di un’agevolazione del



Annamaria Pilotti

10% in caso di partecipazione ad una fiera, del 15% in caso di partecipazione a due manifestazioni e del 20% per l’adesione a tre o più eventi.

“Continueremo anche a sostenere gli investimenti nella creatività e nell’innovazione – conclude Pilotti. Per questo sono particolarmente riconoscente all’Assessore della Regione Marche Manuela Bora per il suo impegno nel progetto del bando che la Regione sta scrivendo per promuovere ed incentivare progetti di innovazione diretti all’ideazione, allo sviluppo e alla commercializzazione di nuove collezioni di prodotti del comparto moda. Il bando nasce dal reciproco ascolto tra Regione e rappresentanti del settore calzaturiero e dagli incontri avuti nelle ultime edi-

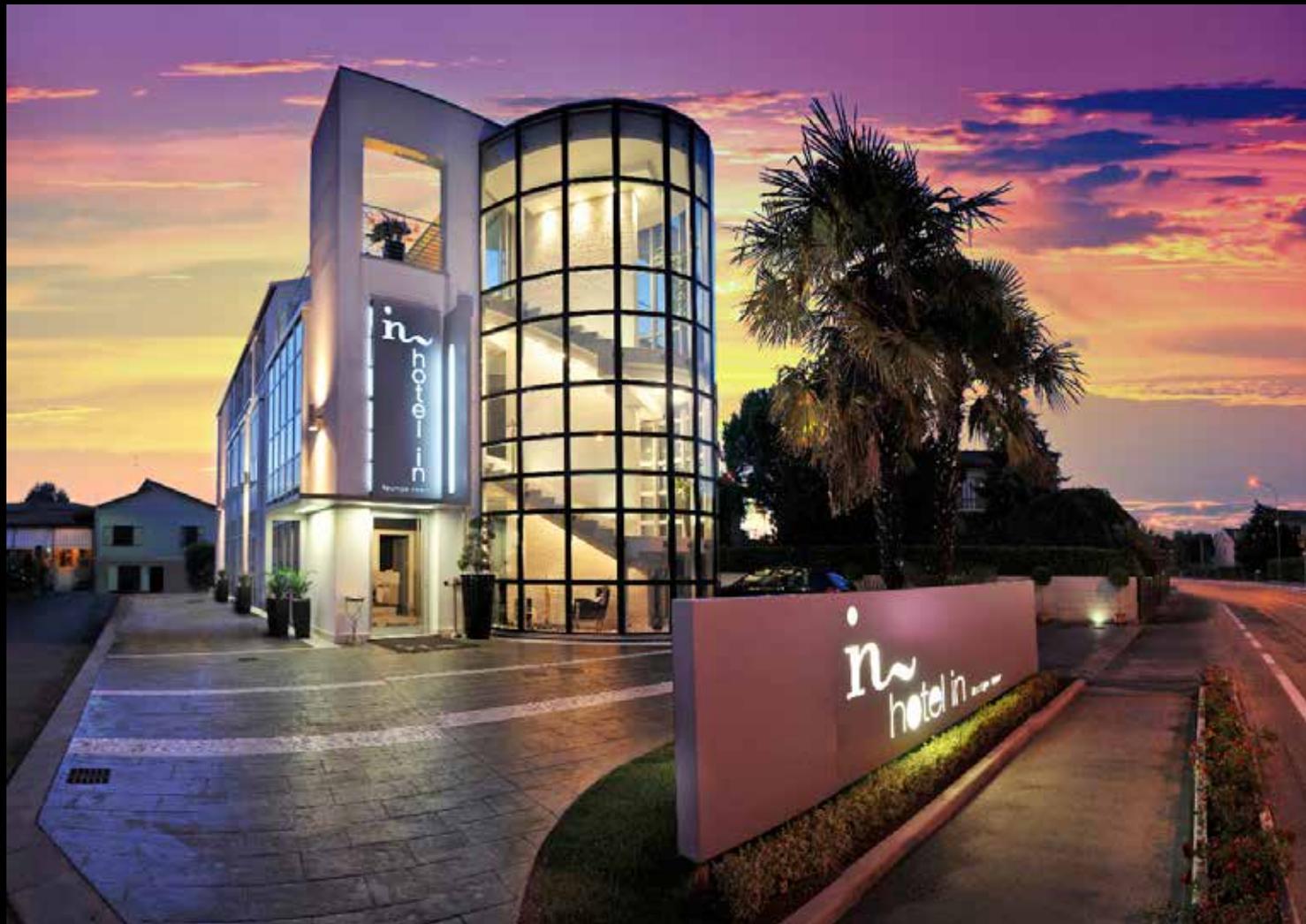
zioni di theMICAM e di Obuv Mir Koži e prevedrà specifici stanziamenti per le imprese al fine di sostenere la loro competitività e quindi il Made in Italy in campo internazionale. Si tratta di un’attenzione importante da parte delle Istituzioni al futuro delle nostre imprese, che hanno bisogno di strumenti concreti per riscrivere il loro futuro a partire dalle loro reali esigenze. Considerando, poi, il ruolo fondamentale di coordinatore nazionale per l’internazionalizzazione ricoperto dall’Assessore Bora, auspico che l’iniziativa venga abbracciata anche da altre regioni e che si possa avviare un tavolo nazionale per la valorizzazione e la promozione all’estero delle collezioni calzaturiere Made in Italy di tutti i distretti”.



## MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



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



## **HOTEL IN - lounge room**

Via Provinciale Nord 47 Cazzago di Pianiga (Venezia)  
(1 km dal centro di DOLO) Tel +39 0415138336 -  
info@hotel-in.it - www.hotel-in.it

*Location intima e romantica,  
dedicata anche al Business che conta.  
Navetta da e per Aeroporto - Servizio Taxi*

# AG guadagnin

*dal 1952*

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

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



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



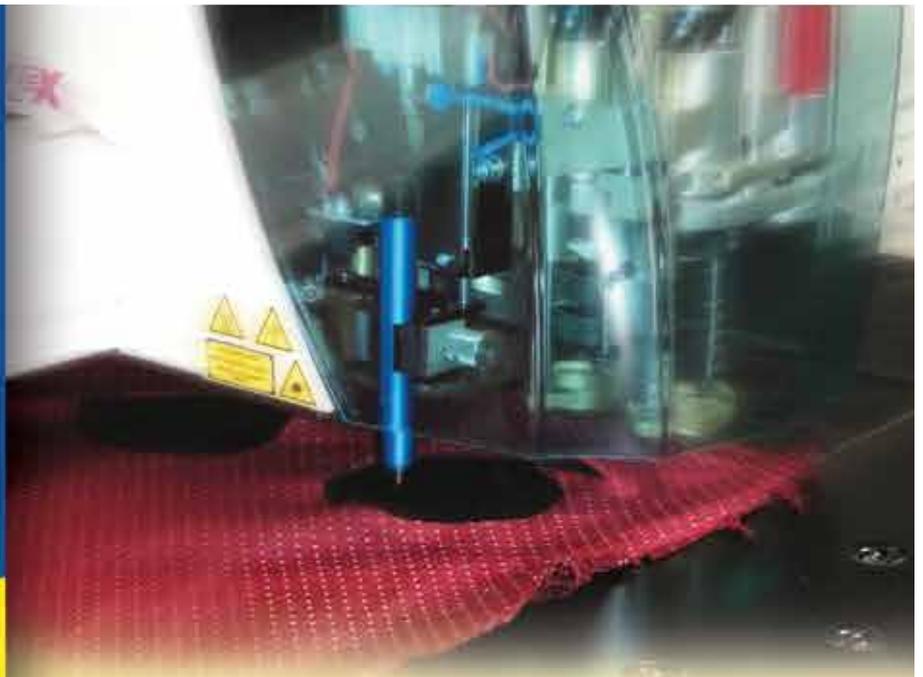
FASCIATURA TACCHI E SUOLETTE - CAMBRATURA TOMAIE  
INCASTRI - MONOBLOCCHIE CUIOIO



**TRANCERIA  
T.EMME2**

**CAD - CAM**

Risparmia tessuto!!!  
Simulazione di taglio  
e materiale gratuito



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

# Usa, vola lo scambio con l'Italia

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



Gli Stati Uniti, nonostante la crisi che ha colpito l'economia nel periodo 2008-2012, rimangono il primo Paese al mondo per dimensioni e forza dell'economia, che dopo qualche anno di sofferenza sta tornando a muoversi velocemente. I problemi che hanno causato la crisi iniziata nel 2008 sono ancora in buona parte irrisolti, ma le decisioni delle autorità statunitensi nei mesi successivi allo scoppio della crisi sono state tempestive e nel complesso efficaci.

Dopo il salvataggio delle banche, una serie di riforme a breve e a medio termine hanno consentito all'economia prima di non arretrare troppo e poi di riprendere la strada della crescita grazie a massicci investimenti pubblici, incentivi ai privati e supporto alle esportazioni.

In particolare le mosse delle autorità si sono concentrate su tre fronti: sostegno alla crescita, immissione massiccia di liquidità nel sistema econo-

mico e gestione del tasso di cambio. Il complesso degli interventi attuati ha portato buoni risultati e ha consentito all'economia di non fermarsi e di mantenere dei buoni fondamentali. In particolare il Pil reale, dopo il contraccolpo subito nel 2009 (-2,8%) è sempre rimasto positivo e praticamente stabile: nel 2010 l'economia è cresciuta del 2,4%, ha subito una leggera flessione nel 2011 (+1,8%) e si è attestata su valori di poco superiori al 2% nel periodo 2012-2014 (tra il 2,2% e il 2,5%). Nel 2015 la crescita reale dovrebbe essere del 2,4%, mentre per il 2016 lo US Department of Treasury prevede un aumento compreso tra il 2,3% ed il 2,7%.

Le previsioni per il 2015 e il 2016 rimangono sostanzialmente valide secondo gli esperti nonostante nel corso del primo trimestre del 2015 il Pil sia cresciuto solo dello 0,2% rispetto al trimestre precedente: le cause del

rallentamento sono dovute in buona parte a fattori temporanei di breve periodo, come il clima particolarmente rigido nel nord-est del Paese e le questioni in materia di lavoro che hanno interessato le attività portuali sulla costa occidentale. Altri fattori che hanno contribuito a un inizio di 2015 più debole di quanto previsto sono invece di medio-lungo periodo, come per esempio il calo delle esportazioni dovuto al rafforzamento del dollaro e i minori investimenti effettuati dal settore petrolifero a causa del basso prezzo del petrolio, ma l'economia nel complesso ha continuato a crescere e sembra avere assorbito la minore vitalità mostrata da questi settori.

I dati sull'occupazione a fine 2014 confermano un quadro del mercato del lavoro negli USA in continua crescita. Al momento negli Stati Uniti si sta verificando la più lunga striscia positiva mai registrata nella



storia dell'economia americana, con 57 mesi consecutivi (a fine 2014) di crescita dell'occupazione. Il dato è molto positivo se si considera che a livello generale il tasso di disoccupazione è sceso progressivamente dal 9,9% del 2009 al 5,8% del 2014, con l'ultimo dato ufficiale disponibile relativo a maggio 2015 (5,5%), che lascia ipotizzare un'ulteriore riduzione dei senza lavoro anche nel 2015. Va detto tuttavia che l'ottima performance fatta registrare sul fronte dell'occupazione è stata trainata soprattutto dalla crescita dei posti di lavoro a bassa retribuzione nel commercio, nella ristorazione, nel settore alberghiero e in quello dell'assistenza familiare e medica. Sul fronte delle retribuzioni infatti si registra una sostanziale stagnazione del salario medio orario nel settore privato, cresciuto appena del 1,7% nel 2014, mentre una situazione di forte ripresa dell'economia e dell'occupazione

dovrebbe essere accompagnata da un corrispondente aumento delle retribuzioni medie.

Il mancato riflesso della crescita dell'economia sul salario medio conferma il paradosso della ripresa economica americana degli ultimi anni, che continua a essere vista negativamente dagli analisti nonostante la crescita del Pil e il calo della disoccupazione. L'economia americana sembra comunque essere orientata verso la piena ripresa grazie anche ai bassi prezzi delle materie prime e del petrolio, che rendono meno costosi la produzione e gli investimenti, alle iniziative pubbliche a sostegno delle famiglie che riguardano soprattutto l'istruzione, la previdenza e la spesa sociale e alla serie di interventi previsti dal governo a sostegno dei redditi della classe media (ribattezzati "middle-class economics") finanziate in parte attraverso una redistribuzione del carico fiscale, oltre a misure

per favorire la crescita economica attraverso investimenti nella ricerca e sviluppo, nell'innovazione tecnologica e nelle infrastrutture.

L'insieme di tutti questi provvedimenti, uniti alla decisione di lasciare i tassi di interesse prossimi allo zero e alla scelta di mantenere il dollaro molto debole nei confronti delle altre principali valute internazionali, hanno indubbiamente avuto riflessi estremamente positivi sull'economia, tuttavia hanno avuto una conseguenza importante sul debito pubblico americano, passato dal 62,9% del Pil nel 2010 al 100,8% nel 2012 per arrivare a quota 105,1% nel 2015.

Sul fronte del commercio internazionale, i dati ISTAT relativi al primo semestre 2015 confermano una forte espansione dell'interscambio tra Italia e Stati Uniti, mostrando un aumento del 27,5% delle esportazioni italiane verso gli USA (per un



controvalore di circa 18 miliardi di euro) e una crescita del 20% circa (pari a 7,6 miliardi di euro) delle importazioni italiane dagli USA. Nel complesso questi dati mostrano un aumento del 25,3% dell'interscambio totale tra Italia e Stati Uniti rispetto allo stesso periodo del 2014, con un saldo attivo per l'Italia pari a quasi 11 miliardi di euro. Inoltre l'Italia guadagna due posizioni come trading partner degli USA, passando dal quattordicesimo al dodicesimo posto e sorpassando Arabia Saudita e Paesi Bassi. A causa dell'andamento del tasso di cambio euro/dollaro, i dati provvisori della seconda parte del 2015 mostrano però una performance complessiva dell'interscambio Italia-Stati Uniti meno brillante, con le esportazioni italiane verso gli USA in aumento del 5,2% e con le importazioni italiane dagli USA in

calo dell'1,6%; l'interscambio totale dovrebbe essere ancora positivo, in aumento dell'1,7%.

Per quanto riguarda i prodotti, nel primo semestre 2015 le principali voci delle esportazioni italiane verso gli USA sono state: apparecchi meccanici (22%), veicoli trasporto terrestre (14%), navi da crociera e bevande (vino) 5%. Tra le migliori performance del semestre spiccano gli aumenti del settore degli autoveicoli, con un incremento superiore al 100% rispetto al primo semestre 2014, del settore della navigazione marittima grazie a tre le navi da crociera consegnate negli USA, degli articoli di gioielleria (+58%) e del vino (+19%).

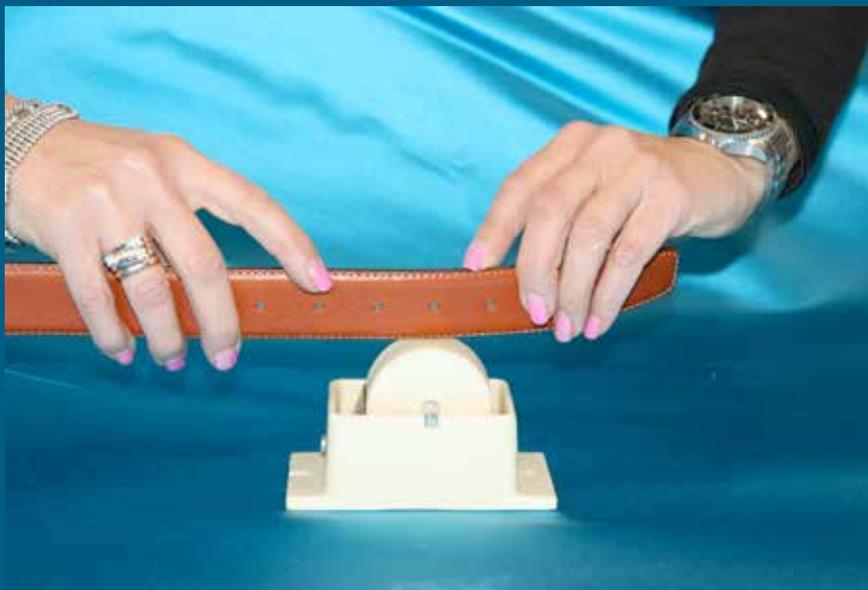
Nello stesso periodo tra le importazioni italiane dagli USA i principali prodotti acquistati sono quelli del settore farmaceutico (22%), gli apparecchi meccanici (14%), gli

apparecchi elettromedicali, combustibili e la componentistica aerea (6%). Gli stessi settori sono quelli che hanno mostrato le migliori performance rispetto allo stesso semestre del 2014.

Una dinamica sostanzialmente diversa è stata invece evidenziata dall'interscambio di servizi tra Italia e Stati Uniti, con un calo del 7,4% rilevato nel primo semestre 2015 (pari a circa 9,3 miliardi di dollari) dovuto soprattutto a minori esportazioni degli Stati Uniti verso l'Italia (-11,1%, pari a circa 4 miliardi di dollari) e alla contrazione dei servizi esportati dall'Italia negli USA (-3,5%, pari a circa 5,4 miliardi di dollari). Questi dati non certo esaltanti confermano comunque che l'Italia è uno dei pochissimi Paesi al mondo, a fianco della Germania e dell'India, a essere esportatore netto di servizi verso gli Stati Uniti.

**NOVITA'**

# MACCHINA TINGIBORDO per finitura all'acqua



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



**Moro Minuterie s.r.l.**

Via Undicesima Strada, 4/6  
35129 Padova - Italy

Tel. 049 8072688 - [www.moromin.it](http://www.moromin.it)

# ENEJ GALA VINCE IL PREMIO “WALKING WITH ART STONEFLY ART PRIZE 2015”

Enej Gala (nato a Lubiana, Slovenia, classe 1990) ha vinto la sesta edizione del Walking with Art – Stonefly Art Prize grazie al progetto per la realizzazione dell'installazione meccanica Prefabrick. Il lavoro è stato ispirato dal tema “Dance Dance Dance”, tratto dal libro del 1988 del celebre autore giapponese Haruki Murakami. Gli artisti erano chiamati, ciascuno secondo la propria pratica artistica, a interpretare quella sensazione interiore che permette di sciogliere nodi, di sbloccare scelte, di sollevarsi da una condizione di incertezza esistenziale. Stonefly Art Prize è Premio Produzione per i progetti selezionati come semi-finalisti (Valentina Furian, Riccardo Giacconi, Enej Gala. Una segnalazione speciale è andata ad Annalisa Zegna). Inoltre si conferma essere un accreditato Premio Acquisto per l'opera vincitrice (*Prefabrick*), che entrerà a far parte della collezione dell'azienda di Montebelluna.

*L'opera Prefabrick - Installazione meccanica con materiali vari (legno, ferro, tessuto, carta, corde), collage, disegno assemblaggio), riflette sull'ambiguità del “continuare a danzare”, spesso interpretato nella società attuale come una metafora del continuare a produrre e vivere con ritmi frenetici. Nell'installazione scultorea, un surreale corpo stanco, una strana macchina animalesca, potrà essere attivata dall'osservatore, permettendole di muoversi e danzare oppure di fermarsi. Questa possibilità è ben poca cosa, non resta che accettare il*



*disfacimento.*

A Enej Gala, come parte del premio, è stata inoltre data la possibilità di esporre l'opera all'interno di una mostra personale che si terrà a Milano presso gli spazi

di Viafarini DOCVA a febbraio 2016.

La Giuria di questa sesta edizione - composta da Alessandra Galletta (critica d'arte, autrice e produttrice di documentari e program-

mi televisivi), Bruna Roccasalva (co-direttore Peep Hole, Milano), Marco Tagliafierro (critico d'arte e curatore indipendente), Alice Ginaldi (curatrice e insegnante), Patrizia Brusarosco e Giulio Verago (rispettivamente direttore e curatore dei programmi educativi di Viafarini DOCVA) - ha scelto di premiare Enej Gala "per l'efficacia con cui ha rielaborato i temi connessi alla suggestione di DANCE DANCE DANCE. L'opera esprime la necessità dei nativi digitali di confrontarsi con i mezzi tradizionali della pittura, scultura, disegno e installazione in modo innovativo e immaginifico".

La Giuria ha deciso una menzione speciale a Riccardo Giacconi per l'opera "Dieci storie di dinosauri", per invitarlo al proseguimento del progetto presso gli spazi di Viafarini (Fabbrica del vapore) a Milano, in virtù della complessità e profondità della ricerca che sta sviluppando.

Al Premio hanno partecipato i giovani selezionati per gli Atelier BLM 2015 (Valentina Furian, Enej Gala, Riccardo Giacconi, Caterina Morigi, Francesco Nordio, Miriam Secco, Davide Sgambaro, Sebastiano Sofia, Matteo Stocco, Valerio Veneruso, Christian Manuel Zanon, Annalisa Zegna), il programma di residenze per artisti della Fondazione Bevilacqua La Masa.

I premi di Cammina con l'Arte assegnati nelle edizioni precedenti:

2010 – tema libero, ex-aequo a T-Yong Chung (opera *untitled*) e Giulio Squillacciotti (opera *Zimmerreise*).

2011 - tema: "Sentieri liberi. Camminare per scegliere ed esplorare" a Serena Vestrucci per l'opera *Forme di passeggiata con*



qualcuno.

2012 – tema: "A piedi artisti lasciano tracce" a Davide Spillari per l'opera *Try to fly a stone*.

2013 – tema: "La materia" a Corinne Mazzoli (nata a La Spezia, classe 1984) per l'opera *Tutorial #1: how to get a Thigh Gap*. A Thomas Braidà, giovane artista goriziano, è stata riconosciuta una menzione speciale per *Meglio togliersi le scarpe*.

2014 – tema: "Another Second Skin" a Caterina Erica Shanta (nata Landstul, Germania, classe 1986) per la realizzazione del video documentario *Toccare senza vedere, vedere senza toccare*. A Graziano Meneghin e Jacopo Trabona, è stata data una borsa di studio per *The Black square/ La macchina per vedere ciò che c'è*.

(DM)



## SUOLIFICIO G&B

Zona Industriale - via IV strada,7 Fossò (Ve) - Tel. 041 5161000  
suolificioge.wordpress.com - e-mail: lucio@suolgeb.com

# BELLO. PRATICO. INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



PER INFORMAZIONI: [WWW.LOVATOFORNITURE.IT](http://WWW.LOVATOFORNITURE.IT)



# LOVATO

FORNITURE PER CALZATURE E PELLETERIE

## Prodotti

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

## SCOPRI

LE NOSTRE

## OFFERTE

NELLO **SHOP ONLINE**

## La Rivista

## BUSINESS SHOES

SFOGLIA ONLINE  
L'ULTIMO  
NUMERO



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



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](http://www.ntgitaly.it)



# EURO

MINUTERIE SRL

Produzione e Commercio  
Minuterie Metalliche



**Eurominuterie srl**

via Austria, 10/a - 35127 Padova - Italia  
tel. 049 8704170 - fax 049 8704188

[www.eurominuterie.com](http://www.eurominuterie.com)

# QUANDO L'ITALIA ESPUGNÒ WEMBLEY DAVANTI A 30.000 CAMERIERI TRICOLORE

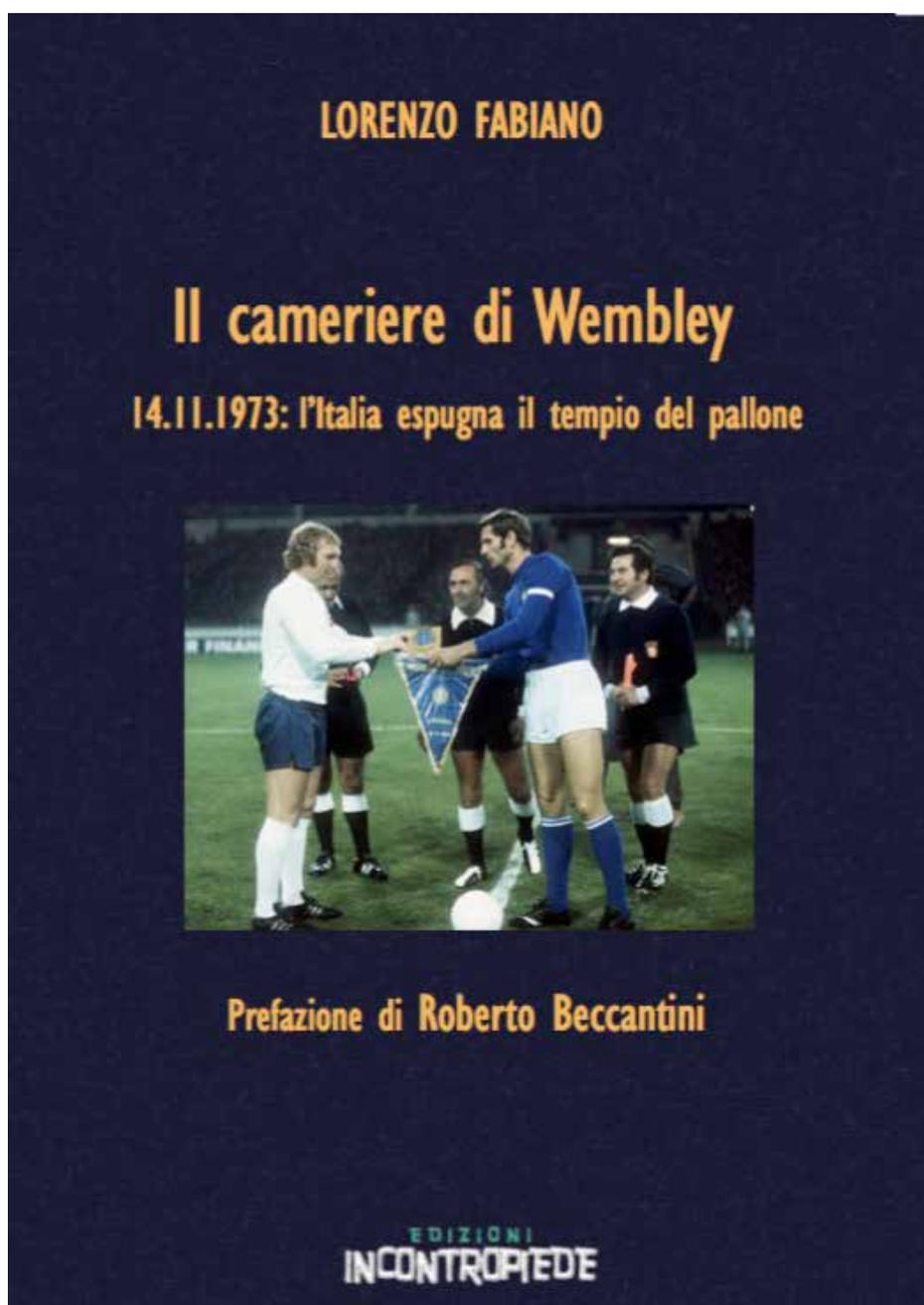
Il 14 novembre cade l'anniversario di una leggendaria partita di calcio, che ha visto contrapporsi due stili e modi di interpretarlo. Nell'autunno del 1973 Inghilterra e Italia s'incontrano per la decima volta, la seconda a Wembley. Non è una partita come le altre quella del 14 novembre 1973. In quarant'anni di sfide gli azzurri non sono mai riusciti a violare l'erba imperiale di Sua Maestà.

Al fischio finale i trentamila italiani sugli spalti si godono il gol di Fabio Capello e la vittoria degli azzurri. In mezzo ai tifosi sono presenti anche il padre e il nonno di Lorenzo Fabiano, allora un ragazzino e oggi autore del libro. Il cameriere di Wembley è proprio il nonno dell'autore: Aldo Vignola, un lord di provincia con il mito del Made in England, non aveva messo mai piede in Inghilterra prima di quel momento. Quello fu il suo battesimo di fuoco e non poteva scegliere occasione migliore.

Il libro, che ripercorre tutte le sfide tra Inghilterra e Italia degli ultimi ottant'anni, ha in chiusura interviste a Dino Zoff e Furio Valcareggi, figlio del mitico Ferruccio.

Autore del libro edito da Edizioni inContropiede è Lorenzo Fabiano nato il 2 febbraio del 1966 a Verona, dove vive. Da sempre grande appassionato di sport, segue sin da bambino l'Hellas Verona. Giornalista pubblicista, collabora con la redazione sportiva de L'Arena. Ha esordito con "Thoeni vs Stenmark - L'ultima porta".

La prefazione del libro è del giornalista e scrittore Roberto Beccantini: "La palla è rotonda e ogni partita fa storia a sé: quante volte l'abbiamo



letto, quante volte ci è sfuggito. Con il libro di Lorenzo Fabiano si entra in un'altra dimensione aneddotica e letteraria. Ci sono partite che fanno storia, punto. Già il titolo, un colpo di frusta: Il cameriere di Wembley. Se è una caccia al tesoro - e in un certo senso lo sarà - gli indizi sono

precisi; e le tracce, gustose. Si parte da Verona, fatale e sensuale, per arrivare nel tempio del calcio, in una scorribanda che copre tante vite e tanta musica. Se Italia-Germania 4-3 del 17 giugno 1970, doverosamente citata e romanticamente addobbata, aveva rappresentato la rivolta di



massa contro i luoghi comuni che ci volevano - rispetto a tutti, ma soprattutto ai tedeschi - furbastris e scansafatiche, Inghilterra-Italia 0-1 del 14 novembre 1973 costituì un marchio d'orgoglio, un timbro sull'onore di tutti quei migranti che i tabloid avevano preso a pizze in faccia. Senza farla troppo lunga: non avevamo mai vinto, da quelle parti, e solo cinque mesi prima, a Torino, avevamo colto la prima vittoria dal lontano 1933, anno del capitolo inaugurale. Il racconto, che è poi un romanzo, ruota attorno agli "indirizzi" di William Shakespeare: una delle sue città preferite e la sua terra. L'autore affida al ruspante Aldo il privilegio di tenere insieme l'arrosto della provincia e i fumi dell'impero, in una passione per la non più perfida Albione che, ragazzo, contagiò anche il sottoscritto". **Per info: [www.incontropiede.it](http://www.incontropiede.it)**

**Sopra Fabio Capello con la maglia della Nazionale durante la sfida a Londra. Suo il gol della storica vittoria contro l'Inghilterra**  
**A destra Dino Zoff, che ha difeso la porta italiana durante la sfida con l'Inghilterra e il ct della Nazionale Ferruccio Valcareggi**



**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

**ZERBINATI LUCIANO** S.r.l.

**Vendita componenti per:**

**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](mailto:zerbinatiluciano@libero.it)

**Futurplastic**

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



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

**LANZI**  
**NASTRIFICIO**

Tessiture di nastri  
elastici e rigidi  
per calzature, pelletteria  
e abbigliamento

[www.lanzinastrificio.com](http://www.lanzinastrificio.com)

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

**ALTER**  
di Terrin Fabio e Giancarlo snc

**NOVITA' ALTER  
ACCOMPIATURA 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

## Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



in vendita esclusiva su  
[www.lovatoforniture.it](http://www.lovatoforniture.it)



**MAC SHOES S.r.l.**  
Unipersonale

### Macchine, Accessori e Componenti per Calzature

- Alzi e allunghi per forme
- Cambriani in plastica, plantari, rinforzi e profilati
- Bastoncini tendiscarpa e sostegni tomaia
- Calzanti personalizzati e articoli per vetrine

via Fratelli Rosselli, 21  
40013 Castel Maggiore - Bologna - Italy

Tel. +39 051 973744 - 051 975704 - Fax. 051 975284  
Web: [www.macshoes.it](http://www.macshoes.it) E-mail: [info@macshoes.it](mailto:info@macshoes.it)



Operaio specializzato in varie dimensioni calzaturiere disponibili per la zona Riviera del Brenta, tel. 333 2034355 (Stefano).

Calzaturificio della Riviera del Brenta cerca signora esperta per stiratura stivali, e orlatrice tel. 049 9831530.

Calzaturificio di Fossò (Ve) cerca orlatrice interna. Tel 041 4165425.

Lavoratore esperto calzaturiero cerca lavoro zona Riviera del Brenta 329 2909186 (Mirco).

Cercasi lavorante a domicilio per pelletterie (borse/cinture). Per info chiamare 3394424219.

Operaio calzaturiero zona Riviera del Brenta disponibile per lavoro. Tel. 3291381839.

Perito chimico disponibile per lavoro presso calzaturificio. Tel. 3478764865 (Iuri).

Vendo macchina a braccio Durkopp Adler triplice trasporto, tingibordi Oman mod. 990, rivettatrice automatica con pun-

tatore laser, martelletto elettrico Omac, tavolo da lavoro 3 m x 1,20 m e macchina foratrice lineare. Per informazioni: 3407926373 (Andrea).

Ditta disponibile per Galvanica su ABS per tacchi e accessori e verniciatura. Info: Valter srl Malcontenta (Venezia) Tel. 041 920299.

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.

Modellista abbigliamento donna, disponibile per lavoro da esterno. Tel. 340 8391062 (Marica).

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

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

**Acquistiamo stock pellami. Tel. 3485253999.**



**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](http://www.lovatoforniture.it)



**stampeviolato**  
offset printing

- deplianti • 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](http://www.stampeviolato.com)

**PELLICOLA PROTETTIVA PER PELLAMI E TESSUTI**



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



**DEL BRENTA**

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



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



**SIRMAC** SRL



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

30030 FOSSO / Venezia / Zona Industriale III<sup>a</sup> 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  
www.lovatoforniture.it

**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**

**LORENZO FABIANO**

## **Il cameriere di Wembley**

**14.11.1973: l'Italia espugna il tempio del pallone**



**Prefazione di Roberto Beccantini**

**È uscito il nuovo libro  
acquisti su [www.incontropiede.it](http://www.incontropiede.it)**

EDIZIONI