



# BUSINESS shoes

n. 74

MAGGIO  
GIUGNO  
2014

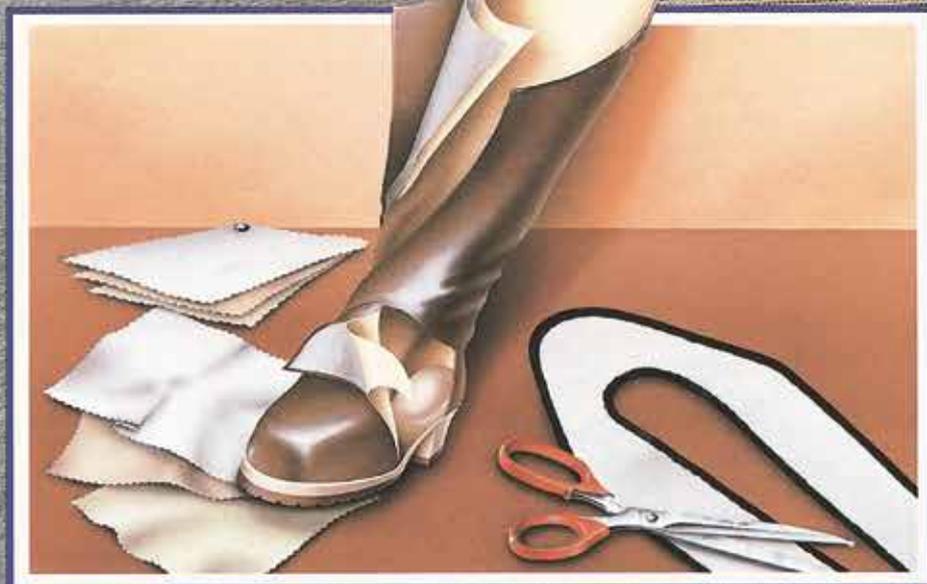
Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

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



**La sfida di Matteo MARZOTTO:  
“Aziende, puntate solo all’eccellenza”**

*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)**



## #Reshoring... Quando la fabbrica torna in Italia

Nonostante una situazione in continuo mutamento, stiamo assistendo ad una chiara inversione di tendenza sul mercato mondiale delle calzature e sulla filiera internazionale della subfornitura. La crescita del mercato interno cinese, assecondato dalle nuove politiche economiche della dirigenza del Partito Comunista, è ormai interpretata da molti economisti come un punto di svolta. La Cina sarà sempre di più un mercato su cui andare a vendere e sempre meno solo la fabbrica del mondo. Ciò non solo per ragioni di prezzo, ma anche perché il mercato mondiale richiede un tipo di filiera produttiva diversa dal passato.

I dati dicono che la produzione cinese di calzature tra il 2010 e il 2012 è cresciuta del 6%, equivalente a circa 703 milioni di paia. Di questa crescita solo il 20% è uscito dal Paese, mentre il restante 80% è andato a incrementare la domanda interna. Nel 2010 la Cina esportava il 79% della produzione nazionale; nel 2012 solo 76 scarpe su 100 prodotte sono uscite dai confini nazionali.

È solo colpa dell'abbassamento della domanda mondiale? No. Si incomincia a intravedere un'inversione di tendenza che sta a testimoniare un primo cambiamento degli assetti mondiali in termini di vantaggi competitivi e un re-indirizzamento del made in China dall'Europa ai confini nazionali.

I dati ci dicono che il fenomeno della ri-allocazione della manifattura è iniziato. Il network universitario italiano Uni-CLUB MoRe ha evidenziato che il nostro Paese risulta al secondo posto per numero di imprese che hanno deciso di far rientrare la produzione nel paese di origine, dietro agli Stati Uniti e davanti alla Germania. Delle 194 riallocazioni produttive europee in tutti i settori analizzate nella ricerca il 41% è italiano, solo il 20% è tedesco. Tra tutte le riallocazioni internazionali considerate a livello mondiale (426) l'abbigliamento e le calzature rappresentano il 21% e sono il primo settore davanti all'elettronica (15%) e alla meccanica (13%).

Sta cambiando il modo di pensare la *supply chain*. La fornitura snella (lean production) con la riduzione sistematica delle scorte e del magazzino attraverso il collegamento del momento della vendita con quello della produzione e dell'approvvigionamento, non è più sufficiente. Perché imprevedibilità e variabilità del mercato sono tali che la filiera lunga finisce per entrare in crisi.

Federico Lovato



***Lavorazione di laccatura, cromatura e gommatura tacchi***



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



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

Tipografia  
stampeviolato  
Bagnoli di Sopra (Padova)

supplemento a  
EUROPANEWS n. 52  
del 30/06/2014 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. Quando la fabbrica torna in Italia
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** MATTEO MARZOTTO. Puntare sull'*Italian lifestyle*
- 12** DV GLOBAL LINK. VicenzaOro sbarca a Dubai
- 16** PREMIO CAMPIELLO. Selezionata la cinquina finalista
- 18** VENETO DELLA MODA. Innovazione, creatività, export
- 21** MADE IN RIVIERA. Accordo di filiera sul marchio
- 22** PREMIO LAGO. Ecco i cinque *ambasciatori*
- 26** EDIZIONI inCONTROPIEDE. La nuova casa editrice
- 30** GRAN BRETAGNA. Nuovi giacimenti spingono l'economia
- 40** ACRIB. Le istituzioni fanno sistema per promuovere la calzatura
- 44** MERCATINO. Tutte le occasioni

IL SAPERE ARTIGIANO  
DEL CALZATURIFICIO  
RUSIC  
-pag. 36 -

APPUNTAMENTI CULTURALI  
tornano nel prossimo numero



**atlante**  
BREVI DAL MONDO



### **Calzaturieri italiani alla conquista del Sol Levante**

Sono 70 le aziende italiane che presentano al mercato giapponese le collezioni primavera-estate 2015 in occasione della 55esima edizione di Shoes From Italy Tokyo, presso le sale dell'Hotel Westin a fine giugno. La rassegna, dedicata ai segmenti qualitativi di prodotto fine e medio-fine, costituisce un serbatoio di proposte total look Made in Italy del tutto unico nell'area: dall'abbigliamento uomo, donna, bambino fino agli accessori. Durante la scorsa edizione della rassegna, sono stati oltre 1.500 gli ingressi, segno che il mercato giapponese dimostra continuo interesse per il made-in-Italy calzaturiero. Dato che emerge anche dall'analisi dell'export di calzature italiane in Giappone: nel 2013, sono state esportate oltre 3,4 milioni di paia, registrando un aumento dell'0,5% in quantità rispetto al 2012, nonostante si sia registrata una lieve flessione, invece, per quanto riguarda il valore, che ha raggiunto la soglia di 220 milioni di euro, con un calo dell'1,3% rispetto al 2012. Il Giappone si conferma così come 11° mercato in valore e 14° in volume nella graduatoria dei Paesi di destinazione dell'export italiano calzature nel 2013, con una quota sul totale export italiano pari al 2,7% in valore e 1,6% in quantità. "Shoes From Italy rappresenta un punto di riferimento per i produttori e per le aziende italiane interessate al mercato asiatico – afferma Cleto Sagripanti, presidente di Assocalzaturifici. Grazie alla collaborazione con l'ufficio ICE-Agenzia riusciamo a consolidare la presenza del Made in Italy in mercati promettenti come il Giappone dimostra di essere da anni, un mercato con notevoli potenzialità per l'ampliamento del business e dei contatti offerti".



### **Il premier Matteo Renzi in Cina con l'Assocalzaturifici**

Il presidente Sagripanti a Pechino con il Premier Renzi al Business Forum Italia - Cina Assocalzaturifici è protagonista al primo Business Forum Italia-Cina, in corso al palazzo dell'Assemblea del Popolo di Pechino, un evento al quale partecipano oltre 50 aziende italiane che, alla presenza del Primo Ministro Matteo Renzi, hanno firmato importanti accordi commerciali con aziende cinesi. Durante l'incontro, il presidente di Assocalzaturifici Cleto Sagripanti ha avuto occasione di illustrare al premier italiano le strategie del settore per la tutela del Made in Italy e le grandi opportunità offerte da theMICAM Shanghai, la rassegna della calzatura di alta gamma, che il prossimo settembre aprirà la sua quarta edizione e rappresenta l'unica fiera di business a capitale interamente straniero organizzata in Cina. In Far east il premier Renzi ha accompagnato una delegazione anche del settore moda. La missione è un'opportunità non solo per il settore moda, ma per tutto il Paese. Non dimentichiamo che il comparto moda è un settore trainante dell'economia italiana.

## Il mondiale della calzatura si gioca a Expo Riva Schuh

Mentre in Brasile si sono accesi i riflettori sulla Coppa del mondo di calcio, c'è un altro appuntamento "mondiale" che ha fatto della presenza di nazionalità e culture diverse il proprio tratto distintivo. L'evento è Expo Riva Schuh e a scendere in campo sono questa volta aziende, buyer e operatori del settore calzaturiero: per l'82a edizione della manifestazione, che ha visto schierati 1.307 espositori, di cui 956 stranieri da 40 paesi, pronti a mostrare per la prima volta le collezioni per la primavera/estate 2015 su una superficie espositiva netta di 32.770 mq. "Il DNA internazionale, che da sempre appartiene alla nostra manifestazione e la caratterizza in maniera forte, rappresenta uno dei valori aggiunti più importanti di Expo Riva Schuh - spiega il presidente di Riva del Garda Fierecongressi, Roberto Pellegrini. Ma i risultati a cui siamo arrivati oggi non sono certo improvvisati: derivano da una strategia di lungo periodo e dal rafforzamento delle sinergie con enti, associazioni e realtà istituzionali dei paesi protagonisti del panorama calzaturiero internazionale". L'82a edizione della kermesse di Riva del Garda rileva un rafforzamento della presenza indiana: la collettiva organizzata dal CLE, il Council for Leather Export indiano, ha toccato infatti quota 77 aziende, registrando una crescita significativa rispetto alle 65 aziende di gennaio 2014 e arrivando a occupare una superficie totale di 1.365 metri quadrati all'interno dei padiglioni A3 e B4. "Una vetrina internazionale come Expo Riva Schuh rappresenta per le aziende un'opportunità importante per avvicinarsi a nuovi mercati - sostiene Giovanni Laezza, direttore generale di Riva del Garda Fierecongressi. Nelle ultime edizioni, abbiamo lavorato molto in questa direzione, e i dati lo dimostrano: le ultime rilevazioni sui visitatori ci hanno confermato che sono cresciute le presenze dai paesi a lunga distanza, tra cui India, Hong Kong, Algeria e Australia. Per proseguire in questa direzione, ospiteremo in questa edizione una delegazione di buyer americani e russi, per la prima volta in visita a Expo Riva Schuh".



**ORAFI**  
*Artigiani Associati*

PARTNERS

**idd**

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

“E’ arrivato il momento di andare oltre il concetto di Made in Italy, termine ormai troppo generale e logoro. Le imprese italiane devono puntare esclusivamente alle eccellenze”. Matteo Marzotto, 47 anni, siede da qualche mese sulla poltrona che fu di suo nonno Gaetano, fondatore e primo presidente della Fiera di Vicenza.

Le prime rassegne dell’oro nella città del Palladio sotto la presidenza di Marzotto Jr. mostrano segni positivi: crescono le presenze estere, ritornano diversi top brand, che avevano lasciato la fiera negli anni passati. L’ex numero uno di Valentino ed Enit si è detto onorato del nuovo incarico: “Sono un rookie, un debuttante fortunato al posto giusto nel momento giusto”. E nelle scorse settimane ha siglato un accordo per la creazione della joint venture DV Global Link con il Dubai World Trade Centre, che porterà tra un anno la fiera vicentina del gioiello all’interno di uno dei centri espositivi più grandi al mondo.

**Lei dice che occorre andare oltre il concetto di Made in Italy. Perché?**

E’ arrivato il momento di capitalizzare il fascino dell’Italian Lifestyle. Io preferisco la terminologia “Well done in Italy”, il ben fatto in Italia, un prodotto che viene pensato e fatto qui,



## MATTEO MARZOTTO DI PUNTARE SULL’ITALY

“E’ arrivato il momento di capitalizzare il fascino dell’Italia - spiega - “Well done in Italy”, il ben fatto in Italia, un prodotto che viene pensato e fatto qui,



# ZOTTO: E' ORA ITALIAN LIFESTYLE

...a il numero uno di Fiera di Vicenza - Io preferisco la terminologia  
...sato e fatto qui, straordinario e d'ispirazione, legato alla tradizione”  
di Nicola Brillo

straordinario e d'ispirazione, legato alla tradizione e allo stile italiano. Dobbiamo concentrarci sull'offerta di alta gamma. Il lifestyle deve essere la chiave di volta per Vicenza e le imprese italiane. Magari non da soli, ma assieme al comparto moda.

**Tra VicenzaOro e la Settimana della Moda si può parlare di collaborazione?**

Non c'è motivo per non collaborare, visto che è il mercato a unire gioiello, moda e accessori. Molte griffe offrono già gioielli ed orologi. Tutto è possibile, i sogni si possono realizzare. Alla Settimana della Moda sono amici, potrebbe esserci mutuo interesse a collaborare, verificheremo le possibilità ma è presto per dirlo.

**Cosa si attende nei prossimi anni?**

Crediamo occorra diventare sempre più internazionali e flessibili alle esigenze dei clienti. Chi mi ha preceduto ha posto le basi. Oggi offriamo strumenti che altri non possono vantare: questo contenitore può ospitare tutte le eccellenze italiane dell'oreficeria. I segnali del settore per quest'anno sono incoraggianti e si identificano con una richiesta di prodotti caratterizzati da una creatività originale, a conferma della sempre forte domanda del luxury italiano. Dobbiamo far parte dell'eccellenza italiana e il gioiell-

lo va visto come un prodotto di moda, diventare più glamour.

### **Quale il suo piano per la Fiera di Vicenza?**

Con gli investimenti fatti fino ad ora, con i servizi che offriamo, siamo un player importante a livello mondiale, che può raccogliere sfide internazionali. Vorrei una fiera che diventi anche luogo dove incontrarsi e fare business tutto l'anno.

### **L'accordo con il Dubai World Trade Centre va in questa direzione?**

E' una giornata storica per Fiera di Vicenza, ma anche, crediamo, per tutto il sistema fieristico veneto e italiano. L'accordo raggiunto con il DWTC segna una svolta decisiva nella strategia di internazionalizzazione della nostra società e allo stesso tempo definisce un'unione sistemica di enorme valore non solo economico, ma anche d'interconnessione culturale con un partner molto prestigioso.

Un'alleanza che getta dunque un ponte tra Vicenza, perla della manifattura orafa e della gioielleria, e Dubai, già vetrina di spicco del lusso mondiale, che valorizzerà come mai prima d'ora l'*Italian lifestyle* in uno dei Paesi e delle aree a più alto potenziale. La presenza negli Emirati Arabi Uniti rafforzerà significativamente il nostro ruolo di "Event Show Producer" globale, secondo la nuova identità di Fiera di Vicenza, che da contenitore di spazi si è ormai evoluta in azienda promotrice e generatrice di contenuti di elevata qualità, impegnata ad esportare a livello internazionale il proprio format innovativo e know-how d'eccellenza.

Nel perseguire questa mission, l'accordo con il DWTC ci permetterà di giocare un ruolo da



**Da sinistra Corrado Facco (direttore generale Fiera di Vicenza) e Matteo Marzotto. Nella pagina precedente Marzotto con Helal Saeed Al Marri (ceo di The Dubai World Trade Centre)**

protagonisti assoluti nello scacchiere della competizione globale, generando valore e promuovendo il "well done in Italy" e europeo nel mondo.

### **Vicenza diventa protagonista anche all'estero. Come fa una fiera di piccole dimensioni a competere e battere i big mondiali del settore?**

Siamo piccoli certo, ma offriamo servizi di alta qualità. Tutti si devono rendere conto che questa è una macchina che funziona tenendo le radici ben salde in Italia, ma deve andare a proporsi in tutti i mercati del mondo. L'accordo con Dubai deve ancora essere definito nei dettagli, ma siamo molto fiduciosi. Questo è il frutto di un lungo lavoro, della professionalità e del know-how

vicentino che funziona.

### **Quali gli appuntamenti per il 2014?**

Sarà un anno all'insegna dell'internazionalizzazione, sulla scia di quanto prodotto nel 2013, dove Fiera di Vicenza ha ottenuto successi a Dubai, Mumbai, Las Vegas, Hong Kong e San Paolo, con il coinvolgimento di oltre 700 aziende italiane del gioiello e della tecnologia dedicata. Il 2013 ha indubbiamente rappresentato una tappa fondamentale nel disegno di forte sviluppo varato dalla nostra Società: sono stati consolidati e in alcuni casi si sono completati importanti progetti strategici lanciati nel corso del triennio appena conclusosi, come la riqualificazione e l'ampliamento del Quartiere Fieristico dal punto



di vista delle infrastrutture, la rivisitazione dei format e dei servizi fieristici, il rinnovamento dei modelli organizzativi e il riposizionamento internazionale di Fiera di Vicenza. Il piano industriale 2014/2018 implementerà le linee guida tracciate con l'obiettivo di rafforzare il nostro ruolo di "Event Show Producer" globale. Fiera di Vicenza si trasforma e da semplice contenitore di spazi si è ormai evoluta in azienda promotrice e generatrice di contenuti di elevata qualità, nei diversi settori in cui opera e al servizio di un'utenza sempre più internazionale. Abbiamo la consapevolezza di poter esportare il nostro format e know-how a livello globale, generando valore e promuovendo il "well done in Italy" nel mondo.

**L'indebitamento può limita-**



**re lo sviluppo del piano industriale?**

Il piano industriale è sfidante, ma saranno i tempi a darci ragione, sono comunque fiducioso.

**Intanto la fiera di Vicenza si allarga.**

Ha debuttato a febbraio il nuovo padiglione di 15mila metri quadri, capace di contenere fino a 9mila persone in piedi, 6mila sedute. Un investimento rilevante, oltre 40 milioni di euro, che potrà essere utilizzato non solo per la fiera. Offriamo infatti alla città di Vicenza un luogo per concerti di qualità, eventi culturali, sportivi e di comunicazione. Un centro congressi poi da 1.500 posti a sedere offre ampie possibilità di utilizzo.

**Si può cominciare a parlare di un unico polo fieristico veneto?**

Perché no? In fondo il Veneto è una regione che offre molte eccellenze e può mettere a sistema prodotti di livello internazionale. L'interazione è opportuna valutando le caratteristiche di tutti e nel rispetto degli azionisti. Se i tempi sono maturi nascerà qualcosa.

# DV GLOBAL LINK, FIRMATO ACCORDO FIERA VICENZA SBARCA A DUBAI

Definita la joint venture con l'Emirato: dal 2015 Fiera di Vicenza organizzerà a Dubai un Evento internazionale dedicato alla gioielleria e oreficeria. Nasce "DV Global Link", la nuova società tra Fiera di Vicenza e Dubai World Trade Centre (DWTC). Un momento storico e di grande respiro internazionale, nell'ambito della manifestazione VicenzaOro Spring, alla presenza del presidente di Fiera di Vicenza, Matteo Marzotto, del direttore generale, Corrado Facco, del direttore generale del dipartimento del Turismo e Marketing del Commercio di Dubai e ceo di The Dubai World Trade Centre, sua eccellenza Mr Helal Saeed Al Marri, e del senior vice presidente ed Exhibitions & Events Management di The Dubai World Trade Centre, Mrs. Trixie LohMirmand.

La Joint Venture avrà i propri effetti operativi con l'organizzazione congiunta della nuova manifestazione internazionale VicenzaOro Dubai gestita da Fiera di Vicenza, che consoliderà Dubai come l'indiscussa capitale del gioiello nel Golfo Arabico e che si svolgerà dal 23 al 26 aprile 2015. L'accordo con Dubai World Trade Centre prevede la costituzione di una nuova Società denominata "DV Global Link", con sede a Dubai. L'obiettivo delle due società è quello di organizzare congiuntamente un super show dedicato alla gioielleria e oreficeria, colmando un vuoto in questo settore in una regione raggiungibile da 2/3 degli abitanti del mondo in 6 ore di volo. L'evento di aprile 2015 diventerà un importante appuntamento internazionale in primavera, diventando il punto di riferimento per tutto il bacino dei paesi di lingua araba, il Medio Oriente, l'Africa, Russia e Centro-



Presentazione della joint venture DV Global Link

Sud Est Asiatico. L'intesa rappresenta un successo fortemente voluto dal presidente Matteo Marzotto e da tutto il consiglio di amministrazione, artefice di un piano di espansione globale che sta proiettando sempre più Fiera di Vicenza quale leader autorevole e riconosciuto nel sistema mondiale dell'alto di gamma. Dopo le importanti alleanze e le partnership che hanno consegnato alla Fiera le chiavi dei mercati strategici del lusso globale – dagli Stati Uniti al Brasile, dalla Cina all'India - Fiera di Vicenza si candida così a diventare il principale punto di riferimento nella ricca Macro Regione che si estende tra i Paesi del Golfo, l'India, l'Africa e gli Stati di lingua russa. "Oggi segna un importante traguardo di riferimento per entrambe le città di Dubai e Vicenza, e tra il Dubai World Trade Centre e la Fiera di Vicenza - ha commentato Helal Saeed Al Marri, ceo di Dubai World Trade Centre. L'intermix strategico delle visioni in-

ter-regionali, con i loro punti di forza e le ambizioni, creeranno una joint venture del gioiello a Dubai, incarnando amicizia, creatività, conoscenza e globalizzazione - esattamente i valori su cui Dubai e Dubai World Trade Centre hanno costruito il proprio successo. Mentre Dubai procede rapidamente con i propri sforzi strategici per raggiungere l'obiettivo del Tourism Vision 2020 sotto la guida di Sua Altezza lo Sceicco Mohammed bin Rashid al Maktoum, Vice Presidente UAE e Primo Ministro e Governatore di Dubai, noi siamo molto contenti della partnership con Fiera di Vicenza nella costruzione a Dubai di un hub di sourcing del gioiello veramente globale, dove il turismo d'affari sia un fattore vitale per la Vision. Il nuovo evento offrirà alla comunità del gioiello luxury italiana e internazionale il più ambito canale d'ingresso a uno dei più vibranti quartieri del business emergenti in tutto il mondo".



AS SEEN IN **airs** STROMA



RIFRA NASTRI



WOOL IS COOL



RIFRA NASTRI s.r.l.  
20863 CONCOREZZO MB Italy via Piave 15  
T +39 039 604 05 56 F +39 039 604 01 90  
www.rifranastri.it info@rifranastri.it

# MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



In vendita esclusiva da Federico Lovato - tel. 041466334



# 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)**

# PREMIO CAMPIELLO, SELEZIONATA LA CINQUINA FINALISTA



Lo scorso 30 maggio è stata selezionata al Palazzo del Bo di Padova la Cinquina finalista della 52<sup>a</sup> edizione del Premio Campiello. La Giuria dei Letterati ha impiegato ben sei turni di votazione per giungere ai nomi dei romanzi finalisti. Al primo turno: con otto voti *Roderick Diddle* (Einaudi) di Michele Mari, con sei voti *La voce degli uomini freddi* (Mondadori) di Mauro Corona, con sei voti *Morte di un uomo felice* (Sellerio) di Giorgio Fontana. Alla seconda votazione: con sei voti *Le vite di Monsù Desiderio* (Bompiani) di Fausta Garavini. Alla sesta votazione: con cinque voti *La gemella H* (Einaudi) di Giorgio Falco. La selezione è avvenuta su

un ventaglio di sessantacinque romanzi, tra gli oltre 300 pervenuti alla segreteria del Premio.

Come da tradizione, un folto parterre di ospiti istituzionali ha atteso la votazione della Giuria, presieduta quest'anno dall'attrice Monica Guerritore e composta da autorevoli personalità del mondo letterario ed accademico: Riccardo Calimani, Philippe Daverio, Paola Italia, Nicoletta Maraschio, Luigi Matt, Salvatore Silvano Nigro, Ermanno Paccagnini, Silvio Ramat, Patrizia Sandretto Re Rebaudengo. «E' stato per me un onore presiedere la Giuria dei Letterati», ha dichiarato Monica Guerritore. «Vivo con la letteratura da quando ho tredici

*anni e la pratico con passione. Ricoprire questo ruolo non è stato quindi complesso, ma mi ha dato senza dubbio la possibilità di conoscere e capire la letteratura italiana di oggi. Con il mio lavoro di coordinamento ho cercato di spingere verso una straordinarietà di proposte letterarie anche contraddittorie.*

Luigi Matt ha presentato una panoramica dell'annata letteraria in corso: «In un momento in cui vi è una grande quantità di romanzi, il critico svolge un ruolo importante, come una sorta di esploratore capace di tracciare delle mappe di orientamento. Le tendenze dell'annata letteraria possono essere individuate in: romanzi che si confrontano con



*i grandi eventi del '900 e romanzi storici, che rappresentano narrazioni di intelligente intrattenimento. Vi sono poi la letteratura del dolore e la narrativa ironica e comica, la letteratura che si sofferma sull'analisi psicologica e sui rapporti umani. Infine, una narrativa ostile all'auto-referenzialità e la letteratura della marginalità».*

Roberto Zuccato, Presidente della Fondazione Il Campiello e di Confindustria Veneto, ha dichiarato: «Stiamo attraversando una fase di cambiamento epocale, di quelli che modificano il volto della storia: un rapidissimo cambio degli assetti globali, l'inarrestabile progresso della tecnologia, la globalizzazione dei costumi e delle tendenze. In questa sfida – ha continuato Zuccato – la cultura, intesa anzitutto come coltivazione dell'intelligenza, gioca un ruolo decisivo, perché è la sola in

*grado di metterci nelle condizioni di leggere la realtà in modo approfondito e indicarci vie di crescita individuale e collettiva. Il Premio Campiello vuole essere il contributo degli industriali del Veneto a questo rinascimento, oltre a costituire uno dei momenti culturali più importanti del nostro Paese e senza dubbio tra i progetti impresa-cultura meglio riusciti».*

Nel corso della Cerimonia la Giuria dei Letterati ha assegnato il riconoscimento Premio Campiello Opera Prima al libro di esordio *La fabbrica del panico* (Feltrinelli) di Stefano Valenti con la seguente motivazione: «*Il romanzo racconta una storia familiare, che diventa corale di fronte alla malattia e alla morte per amianto. A narrarla, muovendosi per lasse di ricordi, è il figlio quarantenne che sente la necessità e il dovere di stringere un*

*rapporto più ravvicinato col padre, sceso a Milano dalla Valtellina per morire in fabbrica. Un rapporto che ricade sul figlio, il quale risulta sempre più gradualmente ferito dall'ansia di conoscere la verità, arrivando per questa via a ricostruire, non solo nel padre, ma anche nei suoi compagni, il dolore fisico e morale della fabbrica. Il tutto raccontato con uno stile asciutto e tagliente, ma di forte impatto emotivo, che procede lungo il filo di una dolorosa elegia».*

Spetta ora alla Giuria dei Trecento Lettori scegliere il vincitore, che verrà proclamato sabato 13 settembre al Teatro La Fenice di Venezia. I Giurati vengono selezionati su tutto il territorio nazionale in base alle categorie sociali e professionali, cambiano ogni anno e i loro nomi rimangono segreti fino alla serata finale

**Diego Mazzetto**

# INNOVAZIONE, CREATIVITÀ, EXPORT: IL VENETO TRACCIA LA STRADA

Innovazione, stile e creatività, export e internazionalizzazione delle imprese, supporto dalle nuove tecnologie. Ecco le parole chiave per rilanciare il settore moda, che anche nel 2013 in Veneto ha continuato a far registrare flessioni importanti. La ricetta è stata lanciata nel corso dell'ultimo appuntamento di "Rimettere le Scarpe ai Sogni", il ciclo di incontri promossi da Salone d'Impresa. Dedicato al Sistema Moda, il meeting si è tenuto presso la sede di Diadora Sport a Caerano San Marco (Treviso). "L'Italia della moda. Il made in Italy come faro nel mondo" è stato il tema dell'evento, organizzato in collaborazione con PwC, Pasta Zara e Cisco Italy con il partner VEM Sistemi.

In apertura dell'incontro, Unioncamere Veneto, partner nell'iniziativa di Salone d'Impresa, ha presentato un focus sul comparto della Moda nella regione. "In Veneto il sistema moda ha un fatturato di oltre 15 miliardi di euro, pari al 18% del totale nazionale, per un valore aggiunto di oltre 5 miliardi di euro, pari al 13% del comparto manifatturiero regionale. Si tratta di un sistema che ha risentito significativamente della crisi economica generale", ha illustrato Serafino Pitngaro, responsabile Ufficio Studi di Unioncamere, "La fotografia che emerge dall'indagine VenetoCongiuntura di Unioncamere Veneto sull'intera filiera del tessile, abbigliamento, calzature non è confortante: i principali indicatori hanno registrato nel 2013 flessioni rilevanti (-1,6% produzione, -1,1% il fatturato), sebbene di intensità minore rispetto alla media nazionale di settore". Anche a livello nazionale il

2013 si è chiuso ancora con un andamento negativo (-2,8%), meno marcato rispetto al 2012 (-6,4%), evidenziando una graduale tendenza al miglioramento, che dovrebbe accentuarsi nell'anno in corso.

Delle quasi 87 mila imprese che formano il sistema moda in Italia, l'11% (pari a 9.500 aziende) ha sede in Veneto. Si tratta del 17,6% del totale del manifatturiero regionale. Guidano la classifica Padova (dove si concentra il 23,8% delle imprese venete della moda), Vicenza (22%) e Treviso (18,5%). Se a Vicenza la produzione trainante riguarda la concia e le pelli, Treviso e Padova primeggiano nella realizzazione di abbigliamento e calzature. Il comparto dà lavoro nella regione a quasi 100 mila addetti, circa il 12% dell'intera occupazionale nazionale del settore. Quanto all'export, le aziende venete vendono all'estero prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori per 9,2 miliardi di euro, pari al 20% del totale nazionale. Un terzo dell'export del settore è rappresentato dall'abbigliamento che, con 2,9 miliardi di euro, rappresenta per valore la quarta voce più importante nelle esportazioni del Veneto.

"Rimettere le scarpe ai sogni significa capire le nuove tendenze delle imprese italiane nell'arena mondiale. Quest'ultimo incontro del ciclo si è focalizzato sul made in Italy, che significa principalmente Moda", ha commentato Ferdinando Azzariti, presidente di Salone d'Impresa, "La Moda rappresenta il paradigma del cambiamento del nostro Paese: con una forte propensione all'esportazione, con un'innata capacità di creatività e innovazione, con una con-

tinua voglia di crescere, rappresenta il settore di punta dell'economia italiana. Ma soprattutto rappresenta il nuovo che avanza dell'Italia: non più cioè costruire prodotti fashion o trendy belli, ma guardare con forte attenzione al retail, ovvero alla realizzazione di catene di negozi monomarca in Italia, in Europa, nel mondo. E' il caso del Gruppo Coin, con il marchio storico Coin ma soprattutto con il nuovo e di successo OVS; è il caso di Yamamay e Carpi che, con prodotti e formule diverse, sta crescendo a ritmi elevati".

Aperto da una visita allo stabilimento Diadora, l'incontro, che ha visto la partecipazione di circa 150 imprenditori, ha offerto una possibilità di confronto per parlare di come le aziende del settore moda stanno progettando il rilancio e di come stanno cambiando i modelli di business delle piccole, medie e grandi imprese del comparto. "La ricetta anticrisi è un po' come la pozione magica", ha affermato Francesco Sama, direttore generale di OVS, "il sogno di risolvere le cose con formule infallibili. La storia ci ha insegnato che la crisi si supera con l'innovazione. La nostalgia è la più grande delle tentazioni e il più insidioso dei pericoli. Il positivo della crisi è che impone nuovi paradigmi e quindi è un acceleratore del cambiamento, ma l'innovazione passa prima di tutto attraverso l'ascolto del cliente, mettendo in gioco le competenze e le abitudini. Saper leggere i segnali latenti e una profonda revisione dei processi senza perdere di vista le core competence, sono gli strumenti chiave per ottenere velocità e flessibilità, caratteristiche essenziali per



**Da sinistra: Enrico Moretti Polegato (presidente Diadora Sport), Carlo Palmieri (amm. del. Pianoforte Holding - Yamamay e Carpisa), Francesco Sama (dir. Generale di OVS) e il presidente di Salone d'impresa Ferdinando Azzariti**

implementare il cambiamento”. Altre due testimonianze di esperienze manageriali e imprenditoriali sono state portate dal padrone di casa Enrico Moretti Polegato (presidente di Diadora Sport Srl) e da Carlo Palmieri, vice presidente della Pianoforte Holding, a cui fanno capo i brand Yamamay e Carpisa.

“Nel 2009 – spiega Enrico Moretti Polegato - abbiamo rilevato l’azienda con l’idea di farla diventare un’eccellenza nel campo della moda sportiva italiana. Siamo partiti dalle persone con nuove assunzioni, abbiamo sviluppato nuovi prodotti abbinando tecnologia e design a linee di prodotto storiche. Oltre a questa anche la scelta di lavorare in mercati esteri, valutando prima con attenzione dove essere presenti, è stata per noi fondamentale. Le

nostre scelte ci hanno dato ragione e l’anno scorso abbiamo chiuso con una crescita del 15%, mentre quest’anno prevediamo un risultato altrettanto soddisfacente.”

“Internazionalizzazione, difesa del Made In Italy e flessibilità in-season sono le sfide per essere vincenti nel mercato Retail Fashion di domani”, ha spiegato Erika Andretta, Retail & Consumer Goods Consulting Leader PwC, “PwC ha presentato un benchmark condotto a livello internazionale su queste tematiche e l’approccio Operating Globally che trae spunto dai modelli di business vincenti”.

“Le imprese del Made in Italy oggi hanno un’opportunità senza precedenti per trasformare il proprio modello di business, mettendo al centro la collaborazione interna ed

esterna, la multicanalità e l’offerta al cliente di esperienze sempre più coinvolgenti e personalizzate”, ha aggiunto Agostino Santoni, amministratore delegato di Cisco Italia, “Sta prendendo forma un nuovo scenario, l’Internet of Everything: un’accelerazione tecnologica senza precedenti che consentirà di integrare come mai prima tutte le funzioni aziendali, il marketing, le vendite online e offline, gestendo la complessità di un mondo sempre più in rete e interconnesso così da trarne beneficio. Le aziende che abbracceranno per prime il potenziale delle tecnologie che consentono di creare un numero crescente di nuove connessioni fra i dati, i prodotti, le persone, i processi potranno costruirsi un enorme vantaggio competitivo”.



**A.M.S.**  
group

**A.M.S. GROUP SAS**  
VIA SILE, 37 - 31033 CASTELFRANCO V. (TV)  
T. 0423 1950505 - [WWW.AMSGROUP.IT](http://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)

**BELLO. PRATICO. INTELLIGENTE**  
**CONTENITORE PER SOLVENTI**



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

# ACCORDO PER LA CERTIFICAZIONE DEL MARCHIO “MADE IN RIVIERA”

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.

Con questi principali obiettivi è stato sottoscritto un importante accordo tra le realtà rappresentative delle parti sociali che danno vita alla filiera produttiva.

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.

L'accordo raggiunto dopo un lungo e produttivo confronto preliminare, è volto a valorizzare e sostenere la produzione delle aziende calzaturiere attraverso un progetto di certificazione della filiera produttiva e del prodotto “Made in Venezia-Riviera del Brenta”.

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.

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 con un export pari al 91%, nonostante negli ultimi anni si sia assistito ad una contrazione del numero dei calzaturifici e delle aziende della filiera, inclusi i tomaifici. Se da

un lato possono esserci stati incrementi produttivi determinati da miglioramenti tecnologici e da ricorso a laboratori esteri, dall'altro esiste il fondato timore di una presenza nel distretto di situazioni non regolari.

Questo il motivo che sta alla base dell'accordo.

Verrà aggiornato quello precedente sulla legalità (del gennaio 2010) che ora viene condiviso anche dalla CNA e sul quale basa le proprie radici il protocollo d'intesa sottoscritto.

Suo obiettivo è implementare e definire maggiormente le linee strategiche comuni, finalizzate ad un rafforzamento delle relazioni sia con le forze dell'ordine, sia con le pubbliche amministrazioni, per trovare soluzioni condivise ai problemi che ostacolano le aziende del distretto.

Istituzioni e forze economiche, a partire dalla Regione e dalle Camere di Commercio, saranno coinvolte con un progetto di alto profilo cui obiettivo finale sarà la creazione del marchio di certificazione della qualità dei prodotti realizzati nel distretto.

Il prodotto verrà, infatti, 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 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.

Le parti prevedono anche la sottoscrizione di norme sanzionate per gli inadempienti.

Regione, Camere di Commercio, Comuni, ASL e Spisal, Istituti Bancari sono i soggetti che saranno coinvolti nel progetto sia per una sua ulteriore qualificazione sia per il finanziamento di alcuni suoi aspetti organizzativi e promozionali.

Nella spettacolare cornice del teatro Accademico di Castelfranco Veneto (Tv), lo scorso 23 maggio si è svolta la cerimonia annuale del Premio Giorgio Lago, ambito riconoscimento dedicato all'indimenticabile direttore del quotidiano "Il Gazzettino", scomparso nel 2005.

Promosso dall'Associazione Amici di Giorgio Lago (presieduta da Luigino Rossi), dalla famiglia Lago, dal Comune di Castelfranco Veneto (in collaborazione con l'Università di Padova) il premio conta sul sostegno di Veneto Banca. Cinque "ambasciatori" del Nordest, scelti dalla giuria nell'ambito della cultura, dell'impresa, del volontariato, dello sport e del giornalismo sono stati applauditi dal folto pubblico all'evento.

Nella categoria "cultura", hanno ritirato il premio gli artisti de "I Suoni delle Dolomiti", protagonisti di una manifestazione diffusa che raduna musicisti da tutto il mondo sulle montagne più belle dell'arco alpino. Unica nel suo genere, l'iniziativa unisce le passioni per la musica e la montagna in un ciclo di concerti all'insegna della libertà e della naturalità. Nella categoria "impresa" è stato invece premiato Gianluca Bisol, Presidente dell'omonima e celebre casa vitivinicola del prosecco, divenuta un brand mondiale anche attraverso iniziative affascinanti come l'esperienza di Venissa, splendida tenuta nell'isola di Mazzorbo, nella laguna di Venezia. Per la categoria "volontariato e terzo settore" il premio è stato conferito a Medici con l'Africa Cuamm, la prima *organizzazione non governativa* in campo sanitario riconosciuta in Italia e la più grande organizzazione italiana per la promozione e la tutela della salute delle popolazioni africane. Per lo "sport" sono state riconosciute le straordinarie capacità e prestazioni di Armin Zöggeler, leggenda dello slittino. Sei volte



## ASSEGNATO IL PREMIO A CINQUE AMBASCIATORI

**Iniziativa promossa dall'Associazione Amici di Giorgio Lago (presieduta da Luigino Rossi) dal Comune di Castelfranco Veneto. Vincitori: Gianluca Bisol, Medici con l'Africa**

campione mondiale e, soprattutto, sei volte sul podio in sei Olimpiadi diverse, dal 1994 al 2014, con ori a Salt Lake City 2002 e a Torino

2006: primo e fin qui unico ad aver raggiunto simile traguardo. Sergio Frigo ha ritirato il premio per la categoria "giornalismo". Capo servizio



# PREMIO GIORGIO LAGO AUTORI DEL NORDEST

presieduta da Luigino Rossi), dalla famiglia Lago, dal Comune di Cuamm, Armin Zöggeler, Sergio Frigo e “I Suoni delle Dolomiti”

al Gazzettino (dove si occupa di cultura), Frigo gestisce un blog sui temi di attualità ed è fondatore della rivista di relazioni interculturali

“Cittadini dappertutto”, con il quale ha vinto il premio Nevio Furegon per il giornalismo sociale. Fa parte del Comitato scientifico del Centro

Studi Dino Buzzati e della giuria del Premio Camposampiero di poesia religiosa. È coautore con Leopoldo Pietragnoli di una Guida di Venezia della De Agostini. Ha scritto i libri “Noi e loro”, dedicato all’identità del Nordest tra emigrazione e immigrazione e “Caro Zaia, vorrei essere leghista ma proprio non ci riesco”. Ha diretto (con Gian Mario Villalta e Francesco Jori) la collana “I grandi scrittori del Nordest”.

Ai cinque premiati, il consiglio direttivo del Premio ha deciso all’unanimità di aggiungere un riconoscimento speciale, dedicandolo alla memoria del grande regista Carlo Mazzacurati, padovano, scomparso il 22 gennaio scorso. Tra tutte le sue opere, si sottolinea una curiosa coincidenza relativa al Premio Giorgio Lago di quest’anno: nel 2012 Mazzacurati ha realizzato “Medici con l’Africa”, film documentario girato in Mozambico che racconta l’attività dei volontari della ong Medici con l’Africa Cuamm.

Luigino Rossi, editore del Gazzettino all’epoca della direzione di Giorgio Lago e Presidente del Premio, nel suo applaudito intervento ha posto l’accento su “come ogni anno sia sempre più difficile scegliere tra le eccellenze della nostra terra, poiché sono veramente numerosi i protagonisti che si mettono in luce per le loro qualità professionistiche e umane”.

Di grande spessore, infine, l’intervento del giurista Mario Bertolissi che ha parlato di Giorgio Lago in veste di “riformatore”.

I tre premi Juniores, per i giovani talenti del giornalismo, sono stati assegnati ad Alberto Pandolfo del Liceo Scientifico Primo Levi di Montebelluna, e a Stefania Favaro e Giacomo Mazzariol, entrambi allievi del Liceo Giorgione di Castelfranco.

**Diego Mazzetto**

# 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](mailto:speed@speedservice.it)



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)



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)



**Magico**  
*Spray*

...smacchiare  
è  
**Magico**...

distributore SPAZZOLIFICIO TIRRENO Tel:0587 704006 Fax: 0587 704008  
[www.spazzolificiotirreno.com](http://www.spazzolificiotirreno.com)



**SIRMAC** SRL



MACCHINE PER CALZATURIFICI  
PER CUCIRE  
PER PELLETTERIE 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](mailto:info@sirmacsrl.it)  
[www.sirmacsrl.it](http://www.sirmacsrl.it)

**SPAZZOLATRICE PORTATILE**



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

# NASCE EDIZIONI inCONTROPIEDE LETTERATURA PER SPORT

Il progetto Edizioni inContropiede nasce in Riviera del Brenta (provincia di Venezia) nei primi giorni del 2014. Tre amici appassionati di libri e di sport (Nicola Brillo, Alberto Facchinetti e Federico Lovato) decidono di creare una piccola realtà editoriale che pubblichi una decina di volumi l'anno di letteratura sportiva (romanzi, saggi, biografie, antologie di articoli, raccolte di racconti). Sempre con lo sport (il calcio soprattutto) come protagonista o come sfondo su cui ambientare una storia. La vendita dei libri avverrà esclusivamente online, attraverso amazon.it o il sito internet [www.incontropiede.it](http://www.incontropiede.it).

La scelta del nome è ovviamente un omaggio a Gianni Brera, uno dei più grandi cantori dello sport. Ma sta a indicare anche una scelta controcorrente. Quella di scommettere in un momento di crisi economica generale in un settore (editoriale) parimenti in difficoltà.

La casa editrice guarderà al passato, ripescando dal baule dei ricordi storie dimenticate. Ma soprattutto avrà uno sguardo attento nei confronti degli scrittori del presente. Per ora inContropiede editerà solo libri di formato tradizionale, non elettronico. Non avrà alcun distributore e nessuna libreria di riferimento. Punta piuttosto ad avere tanti lettori.

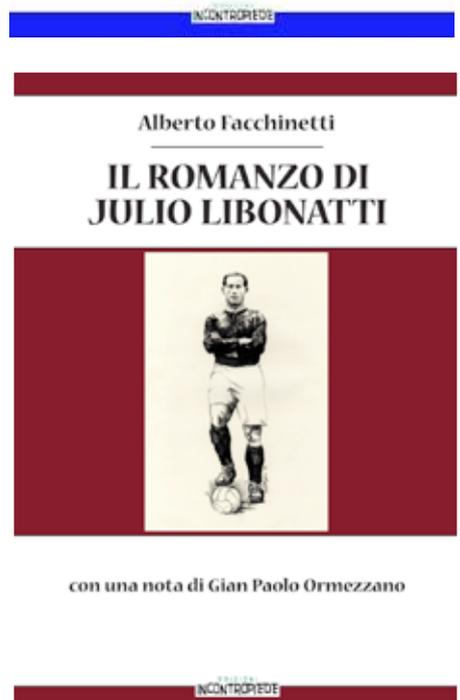
La casa editrice propone varie collane: Sudamericana (è composta da romanzi, biografie, saggi, dedicati al fútbol latinoamericano; ma anche da libri che intrecciano elementi di storia dello sport con altri di fiction), Antologica (ne fanno parte le raccolte di scritti e articoli di quei fuoriclasse del giornalismo sportivo,

che meritano oggi di essere scoperti o riscoperti), Lacrime di Borghetti (è diretta da Federico Mastrolilli, e ruota attorno all'appassionante sito da cui la collana ha preso il nome), Saggi (raccolge biografie e saggi di respiro nazionale e internazionale) e Locali (dedicata alle biografie di eroi locali e alle piccole storie radicate nella provincia italiana).

Questi i primi due libri di debutto: "Campo per destinazione - 70 storie dell'altro calcio" di Carlo Martinelli (prefazione di Stefano Bizzotto) e "Il Romanzo di Julio Libonatti" di Alberto Facchinetti (con una nota di Gian Paolo Ormezzano) e in copertina l'opera dell'artista Davide Battaglia. A metà luglio uscirà il nuovo libro: "Il calciatore stanco" dell'ex giornalista della Gazzetta dello Sport Gino Franchetti.

"Il Romanzo di Julio Libonatti" è l'unica biografia al mondo dedicata al calciatore sudamericano, che primo in assoluto si trasferì a giocare in un club europeo. È un libro sul fuoriclasse argentino che in Italia giocò nel Torino (è il secondo miglior marcatore della storia granata) e nella Nazionale. Ma non è solo questo: è anche il romanzo sui Campagnolo, una famiglia argentina di origine veneta.

Luis Antonio è un giornalista che nel 1990 viene inviato in Italia a seguire il Mondiale, e decide di portare con sé il figlio quattordicenne Jorge Alberto. Qui incontreranno uno strambo ma generoso giornalista italiano che conosce molto bene la storia del Toro e del campione argentino. Libonatti diventerà da quel momento una specie di ossessione



per Campagnolo padre e figlio. E così Jorge completerà, dopo viaggi e incontri emozionanti, la biografia del calciatore iniziata anni prima da Luis.

Lo scrittore Alberto Facchinetti è nato in provincia di Venezia nel 1982. Laureato presso l'Università di Padova con una tesi sul giornalismo



Da sinistra Nicola Brillo, Federico Lovato e Alberto Facchinetti

sportivo, ha esordito nel 2011 con “Doriani d’Argentina” (ristampato nel 2013 in una versione ampliata e aggiornata). Nel 2012 è uscito “La Battaglia di Santiago”. È uno dei fondatori e coordinatori del gruppo di scrittori “Sport in punta di penna”.

“Gli oriundi, in genere sudamericani, del calcio italiano hanno occupato un bel po’ delle mie vite, mica soltanto quella di giornalista sportivo con fortissimo ascendente Toro. Adesso mi arriva da Facchinetti questo Libonatti, che in me se ne stava tranquillo dal 1957, quando morì mio padre e smisi di sentire, devoto, la sua voce che me lo raccontava sovente, ancorandolo o più spesso disancorandolo (in caso di paragoni sommari, facili, banali) dai giocatori del presente. Mio padre, al quale

devo il tifo granata, cioè la cosa più bella e tremenda che ci sia nel calcio, mi raccontava del favoloso trio d’attacco del Torino, anni venti, uno scudetto stravinto ma revocato per un affare di corruzione senza corrotto...”, scrive Gian Paolo Ormezzano nella lunga prefazione.

E’ invece dello scrittore trentino Carlo Martinelli il nuovo “Campo per destinazione - 70 storie di altro calcio” da Georgi Asparuhov a Marilyn Monroe da Carlo Odorizzi a Albert Camus e molti altri. Queste storie sono dell’altro calcio anche perché nel “campo per destinazione” ci sono i guardalinee, gli arbitri di porta, i calciatori che si scaldano prima di entrare in campo, i raccattapalle, le panchine con gli allenatori e i giocatori a disposizione (le riserve). Sì, è un mondo a parte quello del “campo

per destinazione”. Permette sguardi laterali, divagazioni, persino scherzi e sorprese, per non dire di repentini dietrofront, inconfessabili dialoghi, trasalimenti improvvisi”. Carlo Martinelli è nato a Trento, dove tuttora vive, nel 1957. Giornalista, ex libraio, campione di telequiz, ha pubblicato “Storie di pallone e bicicletta” (finalista al premio letterario Peppino Prisco) e “Un orso sbrana Baricco” (segnalazione speciale al premio Carver). Ha curato i testi de “L’incanto della montagna” e con Roberto Festi è autore de “L’immaginario della montagna nella grafica d’epoca”. Per vent’anni ha lavorato nei quotidiani del Gruppo Espresso: per “Alto Adige” e “Trentino” attualmente cura la pagina Libri. Ora è all’ufficio stampa della Provincia di Trento.

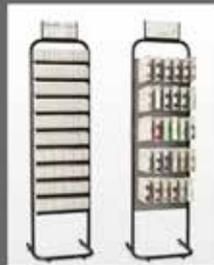


**STRINGHIFICIO SERRANO**

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@stringificiosesterrano.com  
www.stringificiosesterrano.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

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



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





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



# Gran Bretagna nuovi giacimenti trascinano l'economia

di Maurizio De Pra  
Consulenza e formazione finanziaria  
[maurizio.depra@fastwebnet.it](mailto:maurizio.depra@fastwebnet.it)



Nel corso degli ultimi 35 anni l'economia britannica ha subito notevoli cambiamenti, spostando il proprio baricentro dallo Stato al mercato. Negli anni '80 l'allora primo ministro Margaret Thatcher diede inizio a una stagione di drastici cambiamenti liberalizzando molti settori economici e vendendo sul mercato la maggior parte delle partecipazioni statali.

Nel corso degli anni la struttura produttiva del Paese ha quindi subito un profondo cambiamento: da un lato si è ridotta la presenza pubblica e dall'altro è cambiato il peso dei diversi settori economici che contribuiscono alla formazione del Pil, tra i quali spicca il forte ridimensionamento dell'industria manifatturiera a favore del comparto dei servizi.

La distribuzione dei diversi macro settori nella determinazione del

Pil vede infatti un ruolo di primo piano del settore dei servizi (77% circa): il settore impiega quasi l'80% della forza lavoro britannica ed è composto soprattutto da aziende del comparto bancario e assicurativo. Dietro ai servizi si trova il settore industriale con una quota del 21%: qui lavora circa il 18% della forza lavoro e, in maniera molto simile alla realtà italiana, il settore è costituito al 95% da piccole e medie imprese. Oltre ad avere poche grandi imprese, il Regno Unito ha anche pochi distretti industriali, tradizionali luoghi di aggregazione e innovazione tecnologica; al momento sono rimasti infatti solo 3 grandi distretti: automobilistico a Birmingham, delle biotecnologie a Cambridge e dell'elettronica in Scozia. Marginale invece l'apporto dell'agricoltura alla formazione del Pil (0,7%), che impiega solo

il 2% della forza lavoro e produce il 60% del fabbisogno alimentare britannico.

Al momento il Regno Unito è la sesta economia mondiale e la terza europea. Va detto però che questi dati non riflettono completamente il reale stato di salute dell'economia, che risente in maniera molto positiva di due fattori in particolare: da un lato la scoperta di vasti giacimenti di gas e idrocarburi al largo delle coste britanniche ha permesso sia di moderare lo squilibrio della bilancia energetica (nonostante il Regno Unito sia ancora un importatore netto di energia), sia di risollevarne l'economia attenuando il fabbisogno di valuta estera e abbassando il costo dei carburanti. Dall'altro lato il fatto che Londra si sia affermata come principale piazza finanziaria europea e che venga presa come riferimento nello sce-



nario dei mercati finanziari mondiali (anche se il baricentro delle operazioni finanziarie globali si è spostato in estremo oriente) ha fatto sviluppare enormemente il settore bancario e finanziario che si sono aggiunti al settore assicurativo, di cui il Regno Unito è storicamente uno dei leader mondiali.

L'economia inglese ha dunque degli ottimi valori complessivi, tuttavia bisogna tenere a mente che sono in buona parte dovuti proprio alla scoperta di grandi giacimenti di risorse naturali e allo sviluppo del settore bancario e finanziario. Senza di essi l'economia britannica si troverebbe parecchie posizioni indietro e sarebbe stata da tempo superata dalle economie di Paesi come l'Italia e la Spagna, più dinamiche, flessibili e diversificate.

A poco più di cinque anni dall'i-

nizio della crisi, la politica economica del Regno Unito continua a essere incerta e a produrre risultati contraddittori: al momento il tasso di sconto è molto basso (si ricordi che il Regno Unito non ha adottato l'euro, quindi continua ad avere la propria banca centrale che fissa le politiche sui tassi), persistono un forte sbilanciamento monetario e un alto deficit fiscale, e lo Stato continua a supportare il sistema finanziario che altrimenti rischierebbe il collasso. I costi del salvataggio bancario e il calo delle entrate tributarie hanno portato il deficit all'11,4% del Pil nel 2009, così nel 2010 il Governo ha approvato un Budget quinquennale molto ambizioso con il quale si impegnava ad azzerare il deficit entro il 2014 e di portare il debito al 67,4% del PIL entro il 2015, riducendo la spesa del 73% e aumentando il carico

fiscale del 23%. Il piano di politica economica è stato cambiato due volte negli anni successivi, abbassando gli obiettivi fiscali e spostando il suo termine a oltre il 2018.

In questo quadro non certo rassicurante il deficit pubblico britannico è stato dell'8,2% del Pil nel 2012 e del 7,9% nel 2013 (nello stesso periodo in Italia era pari al 2,8%), con una previsione del 5,5% nel 2017. Negli stessi anni il debito pubblico ha raggiunto l'88,7% del Pil nel 2012 e il 93,7% nel 2013.

L'economia britannica nel suo complesso è cresciuta dell'1,7% nel 2013, accelerando dopo due anni fiacchi (+0,9% nel 2011 e -0,1% nel 2012).

L'inflazione è alta per gli standard europei: dopo il picco del 2011 (+4,5%) e una decisa diminuzione nel 2013 (+2,9%), per i pros-



simi mesi è prevista una leggera diminuzione fino a toccare quota 2%, individuata dalle Autorità britanniche come valore di allerta al di sotto del quale potrebbero crearsi problemi legati alla trappola della liquidità. Il tasso di disoccupazione infine, continua a essere poco superiore all'8%.

A livello di scambi internazionali, la bilancia commerciale britannica presenta dei notevoli squilibri: l'import britannico nel 2013 è infatti salito dell'1% rispetto al 2012 arrivando a un valore complessivo di circa 540 miliardi di euro, in forte crescita rispetto agli anni precedenti. L'export, che nel 2013 è salito del 2,3%, arrivando a oltre 382 miliardi di euro, non è dunque stato in grado di compensare il fabbisogno di prodotti

provenienti dall'estero. Tra i maggiori destinatari dei prodotti britannici si trovano la Germania, gli Stati Uniti e la Cina, con l'Italia che occupa la nona posizione. Tra i maggiori fornitori si trovano invece gli Stati Uniti, la Germania e i Paesi Bassi, con l'Italia che si trova in decima posizione.

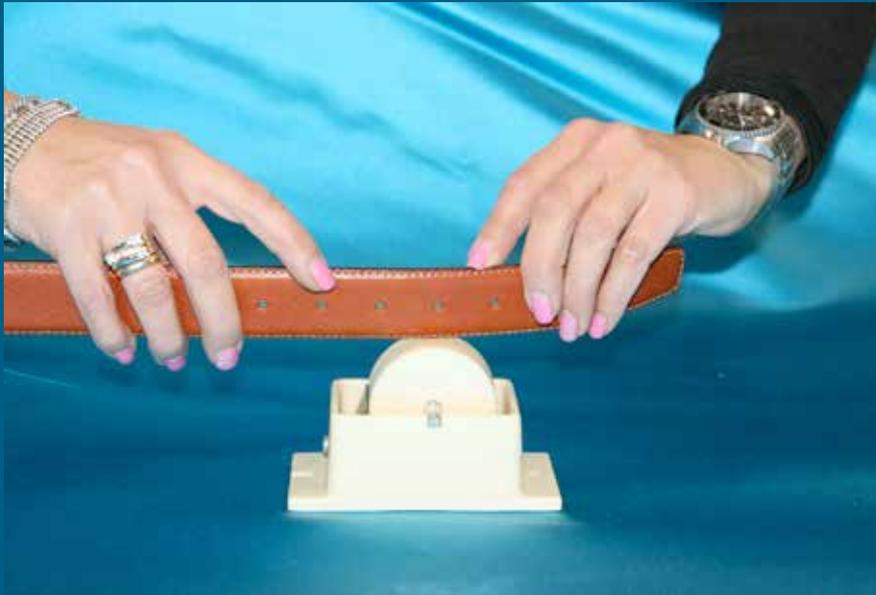
Secondo gli ultimi dati ufficiali disponibili, a livello dei flussi commerciali bilaterali nel 2012 l'export italiano nei confronti del Regno Unito è tornato a livelli pre crisi, con un incremento del 9%, pari a 19 miliardi di euro, molto vicino ai 19,3 miliardi di euro di export del 2008. Le esportazioni britanniche verso l'Italia hanno invece registrato un netto calo (-20,60%), in parte dovuto all'apprezzamento della sterlina e

alla generalizzata contrazione dei consumi italiani conseguente alla crisi economica.

Tra i settori in cui l'export italiano verso il Regno Unito è più forte vanno ricordati: macchinari e apparecchiature (con circa 2,5 miliardi di euro), autoveicoli e mezzi di trasporto (2,4 miliardi), prodotti farmaceutici e materie plastiche (entrambi con un peso di circa 1 miliardo), prodotti alimentari (1,6 miliardi) e articoli di abbigliamento (circa 1 miliardo). Tra i settori in cui l'Italia importa di più dal Regno Unito vanno citati invece: autoveicoli (circa 1,2 miliardi di euro), computer e prodotti di elettronica e ottica (circa 1 miliardo), prodotti chimici e prodotti farmaceutici (entrambi con un peso di circa 1 miliardo).

# 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:**  
TRANCIATURA

**CALZATURE, PELLETTERIE  
E CONFEZIONI**

CHUNTERIA

**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



**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

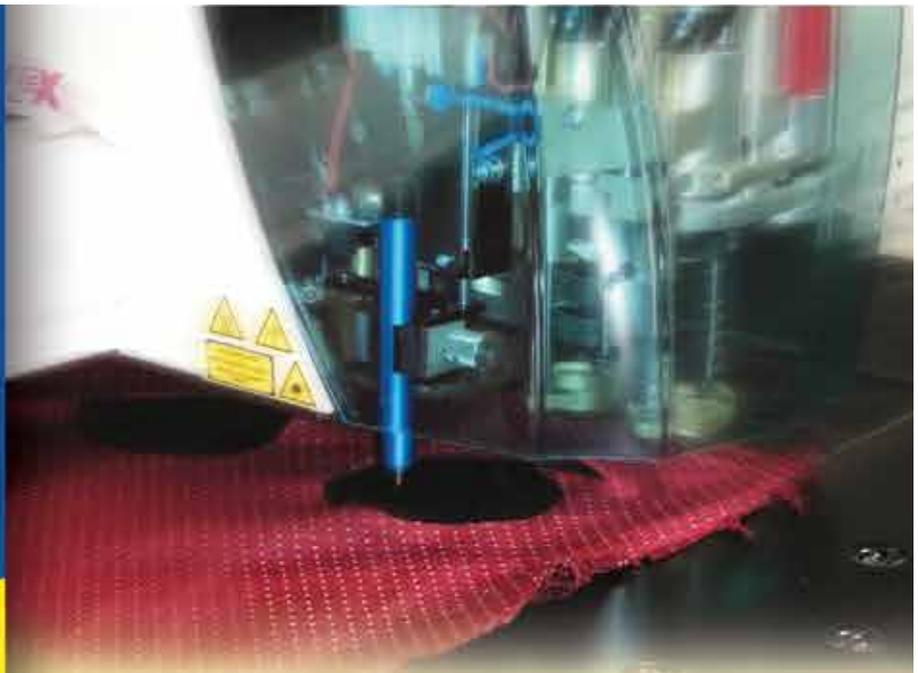


**TRANCERIA**

**T.EMME2**

**CAD - CAM**

Risparmia tessuto!!!  
Simulazione di taglio  
e materiale gratuito



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

**Continua il viaggio di Business Shoes tra le aziende artigiane del Nordest: aziende che si distinguono per le capacità manuali, l'inventiva e la passione per la tradizione calzaturiera del territorio. In questo numero conosciamo il calzaturificio Runic di Zeminiana.**

Immerso nel verde della campagna del graticolato romano a Zeminiana di Massanzago (a poche centinaia di metri da villa Baglioni dove il giovanissimo Giambattista Tiepolo dipinse i suoi primi affreschi), il calzaturificio Runic rappresenta una tra le realtà imprenditoriali del territorio che si evidenziano per storia, artigianalità e unicità di prodotti.

Le radici aziendali affondano negli anni '40 del secolo scorso, quando Tonino Caccin a soli otto anni apprese giovanissimo il mestiere alle dipendenze di un calzolaio della zona presso il quale si recava al pomeriggio appena terminata la scuola. Nel 1947, già dodicenne, decise di iniziare un'attività in proprio come terzista portandosi a casa il lavoro da assemblare e realizzando dei semilavorati. In seguito insegnò le tecniche necessarie per la realizzazione delle scarpe anche ai fratelli e alle sorelle.

A sedici anni iniziò a produrre e a vendere calzature con proprio marchio, disegnando personalmente i modelli.

Nel 1977 fondò in proprio il calzaturificio Runic (acronimo dell'iniziale dei figli Ruggero e Nico), ideando e producendo calzature da uomo artigianali di lusso e alta moda che si distinguono ancora oggi per la particolare lavorazione fatta a mano e prodotte ancora seguendo le più antiche tradizioni dei maestri calzaturieri della vicina Riviera del Brenta.

L'indole di Tonino Caccin è sempre



## IL SAPERE DEL CALZATUR

**Le radici aziendali affondano negli anni '40  
soli otto anni, apprese giovanissimo il me  
tengono viva la memoria del papà Tonino org**



# ARTIGIANO RIFICIO RUNIC

del secolo scorso, quando Tonino Caccin, a  
stiere. Oggi i figli Nico, Ruggero e Matteo  
gogliosi di lui, delle sue capacità, della fantasia

stata quella dell'artigiano vero, di vecchio stampo, che per inventarsi qualcosa di nuovo, di innovativo, trascorrevva notti insonni davanti ad un tavolo da disegno proiettato su nuovi modelli da inventare. E questo racconto, davvero significativo, lo dimostra.

Frequentemente, nei primi anni Settanta del secolo scorso, Tonino partecipava al concorso che si organizzava a Torino per la realizzazione della calzatura più bella e più innovativa, ovviamente con l'intenzione di aggiudicarsi il primo premio.

Nonostante i suoi sforzi per creare e proporre delle scarpe completamente fatte mano non riusciva a ottenere successi importanti e così, sfiduciato per i risultati, chiese ai commissari dell'organizzazione quale tipologia di calzature era necessario presentare per ambire al primo premio. Gli fu risposto che bisognava creare qualcosa di nuovo, magari mai tentato prima.

Per tutta la strada di ritorno Tonino pensò a quelle parole ripetendo fra sé e sé: "Cosa posso fare che non sia già stato realizzato?"

L'idea si concretizzò mentre era già tornato a casa e coricato a letto: "Perché non proporre una scarpa tutta d'un pezzo, senza nessuna cucitura di giuntura? Anzi no, meglio uno stivale".

Già dal mattino seguente stava pensando come riuscire nell'impresa e iniziò provando numerose volte su pelli normali. Anche se bagnate e ammorbidite era impossibile riuscire a fare quello che aveva in testa ma, grazie alla sua tenacia, trovò finalmente il modo: partire direttamente da una pelle a forma di tubo. L'unico modo possibile per farlo era però quello di scuoiare per intero la pelle dalla gamba dall'animale.

L'idea era geniale e così si recò in diversi macelli dove - dopo svariati tentativi con pelli di animali diversi e di

differenti dimensioni - trovò finalmente ciò che cercava in una pelle tratta dalla gamba di un vitello.

Attraverso un attento esame del materiale, Tonino riuscì a ottenere il giusto equilibrio fra parte bassa per il montaggio e un ottimo gambale in grado di permettere l'entrata del piede senza eccedere nelle proporzioni.

Ora però bisognava trovare la conceria che si prestasse a un compito tutt'altro che facile: conciare e rifinire una pelle a tubo. Anche questa era un'impresa ma, grazie alla grande amicizia che Tonino aveva con il titolare della conceria dalla quale si riforniva per la gran parte delle pelli, giunse al risultato voluto dopo numerose prove di concia su diversi gambali.

A questo punto però la pelle era stata lavorata solo esternamente ed era necessario rifinirla anche nella parte interna. Servendosi di un coltello da calzolaio, Tonino con infinita pazienza scarnì e portò a spessore omogeneo tutta la parte interna della pelle, lavorando ore su ore, notti dopo notti per non perdere tempo durante il suo lavoro giornaliero.

Un mese occorre per costruire quest'opera interamente fatta a mano, compresa la cucitura Goodyear e la fresatura della suola tramite coltello e carta vetro, ma alla fine aveva realizzato il suo sogno.

All'edizione successiva si presentò con questo capolavoro sicuro di sbalordire tutti e di stravincere, ma le cose non andarono così e arrivò solo secondo.

Un quotidiano dell'epoca, che seguì l'evento, scrisse se Tonino aveva venduto l'anima al diavolo per riuscire nell'impresa.

Nonostante i continui inviti ricevuti in seguito a partecipare alle



successive edizioni, tale era la delusione avuta da Tonino che si rifiutò categoricamente di partecipare ancora al concorso.

Raccontando sorridendo questa bellissima storia Nico, Ruggero e Matteo tengono viva la memoria del papà Tonino orgogliosi di lui, delle sue capacità, della fantasia e dei suoi insegnamenti. "Nostro padre ci ha lasciato un'eredità preziosa - affermano - una cultura del lavoro, del sacrificio e della qualità, senza compromessi".

E le scarpe realizzate nella fabbri-

ca di Zeminiana hanno (e hanno avuto) l'onore di essere apprezzate da personaggi famosi della politica mondiale, dello sport oltre che dall'indimenticabile Papa Karol Wojtyła.

Il prodotto per eccellenza che fa distinguere il marchio Runic è il mocassino tubolare originale completamente montato e cucito a mano su forma che garantisce una calzatura di eccezionale qualità e confort. Lo sviluppo dei modelli, e il processo produttivo, sono svolti completamente all'interno



**A pagina 36 e 37 i fratelli Nico, Ruggero e Matteo Caccin**

**Nella pagina accanto Tonino Caccin ritira il premio per il secondo posto ottenuto con lo stivale impossibile a Torino**

**A sinistra Matteo e Ruggero Caccin nel loro stand al Micam di Milano**

**Sopra Tonino Caccin al lavoro**

**Sotto una scarpa da uomo Runic**



dell'azienda per garantire la massima qualità del prodotto per la cui realizzazione sono usati i migliori materiali in commercio accuratamente selezionati e lavorati curando ogni minimo particolare dal taglio e orlatura al montaggio, dalla messa in suola al finissaggio e, specialmente per i mercati esteri dove c'è una grande e crescente richiesta di prodotti di lusso Made in Italy, sono utilizzate pelli pregiate di rettili, cristalli Swarovski e accessori in oro che rendono ciascun modello raffinato ed esclusivo.

**Diego Mazzetto**

# LE ISTITUZIONI FANNO SISTEMA PER PROMUOVERE LA CALZATURA

Mostrare direttamente e raccontare a potenziali acquirenti il valore distintivo del proprio prodotto; creare nuove occasioni di business in mercati ad alta potenzialità di crescita; supportare la filiera con un'azione di sistema che coinvolge operatori attivi sullo scenario internazionale.

In questi tre punti, vere e proprie dichiarazioni programmatiche, può essere sintetizzato il significato dell'Incoming di buyers provenienti da Russia, Kazakistan e Ucraina, organizzato da ACRiB-Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta per i propri associati, in collaborazione con ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, UniCredit Banca, e Padova Promex.

Le imprese associate hanno potuto incontrare 11 grandi buyers selezionati da ICE provenienti da Russia, Kazakistan e Ucraina, paesi dove già oggi il comparto calzaturiero italiano registra buone performance con volumi di export in crescita a fine 2013 rispettivamente del 9,3%, del 7,2% e dell'8,8% (fonte Istat). In Russia in particolare le imprese potranno aggiungersi alle 400 aziende italiane già operative in quel paese, con un volume di affari che supera i 10 miliardi di euro

L'iniziativa ha permesso di presentare direttamente il valore aggiunto e la qualità del prodotto "Made in Veneto" e di definire accordi commerciali, anche con l'ausilio di UniCredit, banca con una capillare rete internazionale di banche proprie (solo in Russia, UniCredit è la banca internazionale leader e l'ot-



tava banca del paese) e con strutture di supporto specializzate, e di ICE, con il suo network di specialisti presenti in 65 stati in tutto il mondo.

“La calzatura della Riviera del Brenta è espressione di un unicum, costituito da tradizione, ricerca, innovazione e qualità – ha dichiarato Siro Badon, presidente dell'ACRiB-Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta. Sperimentare direttamente nei luoghi in cui nasce un prodotto fashion, partecipare alla fase creativa e realizzativa con visite al Politecnico Calzaturiero e nelle aziende: tutto questo può costituire per un operatore straniero un'esperienza emozionale e motivazionale insostituibile rispetto a qualsiasi mezzo di comunicazione convenzionale”.

“Le imprese del distretto calzatu-

riero del Brenta – ha sottolineato Gino Garbin di Unicredit – rappresentano già un'eccellenza e un esempio per il manifatturiero italiano, con i loro elevati livelli di export. Ora si tratta di crescere su quei mercati in cui le opportunità sono elevate e che UniCredit già presidia con le proprie banche e con i propri esperti, in grado di assistere le imprese italiane a 360°”.

“La nostra presenza a questo tavolo – ha evidenziato Ines Aronadio ICE-Agenzia - risponde a quello che è diventato un imperativo per le imprese italiane e cioè implementare i propri flussi di export. Il supporto di ICE-Agenzia si sostanzia nella selezione e nell'accompagnamento dei buyers, nonché nel supporto degli associati del Consorzio Maestri Calzaturieri del Brenta nello sviluppo di contatti commerciali”.



# 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)

## NUOVA POMPA PER IL TRAVASO DI SOLVENTI



In vendita esclusiva da FEDERICO LOVATO  
tel. 041466334 [lovatofed@virgilio.it](mailto:lovatofed@virgilio.it)

## Penna Tingibordo

per cinture - pelletterie - tomaie



*in vendita esclusiva da*

lovato federico  
tel. 041 466334



**TAN**<sup>®</sup>  
Accessori e Tecnologie  
per Calzature

**TARRAGO**  
Shoe Care

**Eagle**  
Sottopiedi e plantari

**MOZART**  
FINEST IN BLADES  
Trincetti

**LOCTITE**  
Adesivi

**TINA**  
Lame

**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**<sup>®</sup>  
**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: lanzl@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](mailto:info@alter-online.com)  
[www.alter-online.com](http://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](http://www.caramaschi.net)  
[info@caramaschi.net](mailto: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](http://www.macshoes.it) E-mail : [info@macshoes.it](mailto:info@macshoes.it)



Vendo taglierina a controllo numerico per sviluppo taglie, modelli cartone per calzature ecc. Usata, ma revisionata, funzionante, cablaggio nuovo marca Teseo Snap completa di computer con programma, tavola grafica e con licenza canone 2014 pagata. Disponibilità una settimana di tempo. Prezzo tutto compreso euro 18.000. Prezzo trasporto da stabilire. Chiedere di Antonio T. 3356917456.

Ditta di Fossò (Venezia), cerca esperto tagliatore in pelle. Tel. 335 5321091.

Orlatrice abbigliamento in pelle disponibile per lavoro anche part time. Tel. 334 8501188.

Calzaturificio della Riviera del Brenta cerca addetto per il montaggio. Tel. 049 9830468.

Orlatrice con esperienza disponibile per lavoro. Tel. 347 8481700.

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 settore calzaturiero zona Ri-

viera 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.

Solettificio 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.

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

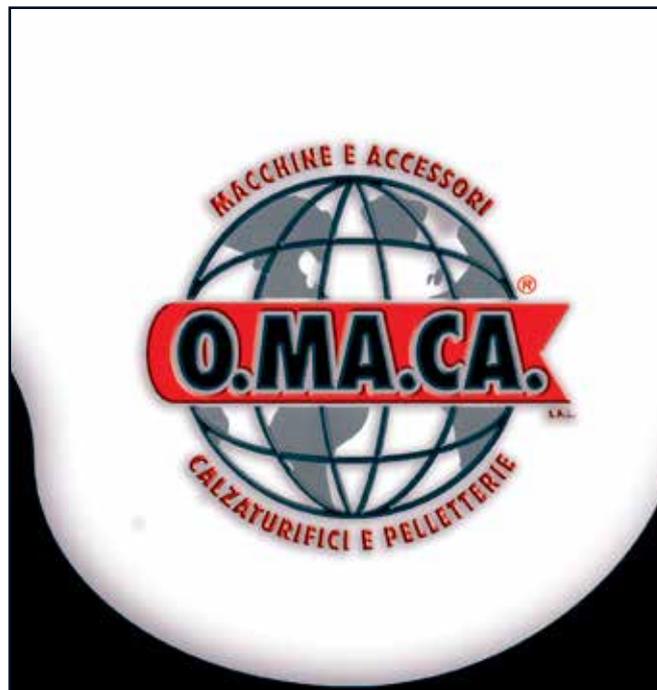
Foderiamo bottoni e fibbie in pelle e tessuto. Tel. 041 466334.

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



**Macchina per applicare  
strass termoadesivi**

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



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

- 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

**PELLICOLA PROTETTIVA  
PER PELLAMI E TESSUTI**



In vendita esclusiva  
da **Federico Lovato**  
tel. 041466334

# SHOE REPAIR KIT



Se interessati al kit o alle nostre specialità per calzatura potete contattarci:

**LOVATO**

via Provinciale Nord, 87/1 33030 Fossò (Ve)  
Tel. 041466334

via Barbariga, 47 30032 Fiesso D'Artico (Ve)  
Tel. 0499800914

Da più di trentacinque anni FENICE S.p.A. progetta, produce ed analizza specialità chimiche destinate all'impiego in conerie, calzaturifici e pelletterie.

Una dinamica e specifica divisione interna studia e sviluppa prodotti e tecnologie per la cura e manutenzione di tutti gli articoli in pelle. Il nostro motto "Loving Leather" racchiude l'esperienza e le conoscenze che ci permettono di essere leader mondiale nella diffusione di tecnologie chimiche per la rifinitura delle calzature e delle pelli.

FENICE è lieta di presentarVi "SHOE REPAIR KIT", kit ideato come supporto ai calzaturifici per rimediare ai più frequenti danneggiamenti della tomaia in pelle, causati durante le lavorazioni della calzatura.

Il kit contiene:

- HP COLOURS - 15 colori coprenti (250 ml /cad.)
- 1 cartella colori HP COLOURS con ricettario
- DC 1200, pulitore per tomaia (250 ml)
- HP THINNER, soluzione diluente per applicazioni a spruzzo (250 ml)
- HP METAL COLOURS - 3 colori coprenti (oro, argento, perla) - (250 ml /cad.)

Istruzioni per un corretto utilizzo:

1. Pulire con un panno ed il prodotto DC 1200 la zona della pelle da riparare e lasciar asciugare bene.

2. Accostare la pelle a uno dei toni HP più simili presenti nella cartella colori ed individuare nel ricettario il codice del tono scelto in precedenza.

3. Pesare, con una bilancia i prodotti HP COLOURS nelle percentuali indicate nella ricetta (agitare bene i flaconi prima dell'uso).

4. Mescolare bene con un pennellino e applicare a tampone la miscela HP COLOURS ottenuta, nella zona meno visibile della tomaia. Per applicazioni a spruzzo si consiglia la diluizione della miscela con almeno il 30-50% di HP THINNER.

5. Asciugare all'aria o con un phon a basse temperature e valutare visivamente il tono del ritocco rispetto al colore della pelle. Se questo non è soddisfacente procedere con la correzione della miscela HP preparata in precedenza aggiungendo, in piccole quantità, uno dei toni primari HP COLOURS in modo da portare il ritocco perfettamente in tinta con la pelle.

6. Riparare quindi la parte rovinata della pelle e asciugare bene.

N.B. E' necessario controllare sempre l'ancoraggio e la compatibilità del prodotto sul pellame lavorato almeno 24 ore dopo l'applicazione. Successivamente le calzature ritoccate possono essere rifinite con le specialità FENICE, quali creme della serie DC 4000 VICTORIA CREME® o appretti lucidi e setosi della Serie AR 6000.

## HP COLOURS

Sono speciali preparazioni colorate con pigmenti pregiati (essenti da piombo) e leganti in dispersione acquosa dotati di ottimo potere coprente, ancorante e stuccante oltre che ottime solidità alla luce e al calore.

Vengono utilizzati come ritocchi per tomaie danneggiate durante la lavorazione sia in fase di assemblaggio che di montaggio. Si applicano con pennello o spugna direttamente sulla parte da ritoccare e si lasciano asciugare per alcuni minuti.

HP COLOURS sono particolarmente indicati per il ritocco delle tomaie danneggiate durante la cardatura, in special modo nella parte vicina alla suola. Successivamente le calzature ritoccate possono essere rifinite con i prodotti Fenice, quali creme o appretti.

HP COLOURS sono disponibili in 15 colori primari e 3 colori metallizzati. Sono miscelabili tra di loro per ottenere le tonalità desiderate. La cartella colori allegata rappresenta un importantissimo aiuto alla campionatura del colore desiderato.

Per il ritocco di pelli anilina o semianilina si consiglia la diluizione degli HP COLOURS con il prodotto HP NEUTRAL (fornito a parte) nella proporzione desiderata al fine di ottenere colori più trasparenti. E' consigliato sgrassare preventivamente la tomaia con il pulitore DC 1200 per ottimizzare l'adesione degli HP COLOURS.

## HP THINNER

E' una soluzione penetrante utilizzata per diluire gli HP COLOURS permettendo la loro applicazione a spruzzo.

Miscela consigliata 20% HP COLOURS, 80% HP THINNER Il prodotto viene usato come uniformante per tomaie che presentino differenze di colore dopo giuntatura o come uniformante dopo la riparazione a spugna con gli HP COLOURS.

## DC 1200 CLEANER

E' una soluzione acquosa utilizzata per la pulizia delle tomaie. Deterge in modo ottimale rispettando la rifinitura. Si applica con un panno di cotone e quindi si friziona delicatamente tomaia, preparandola in maniera ottimale allo ritocco.

**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**

*La cornice di un'opera d'arte*

incarti  
*Personalizzati*



**F.LLI  
MAGRO**