



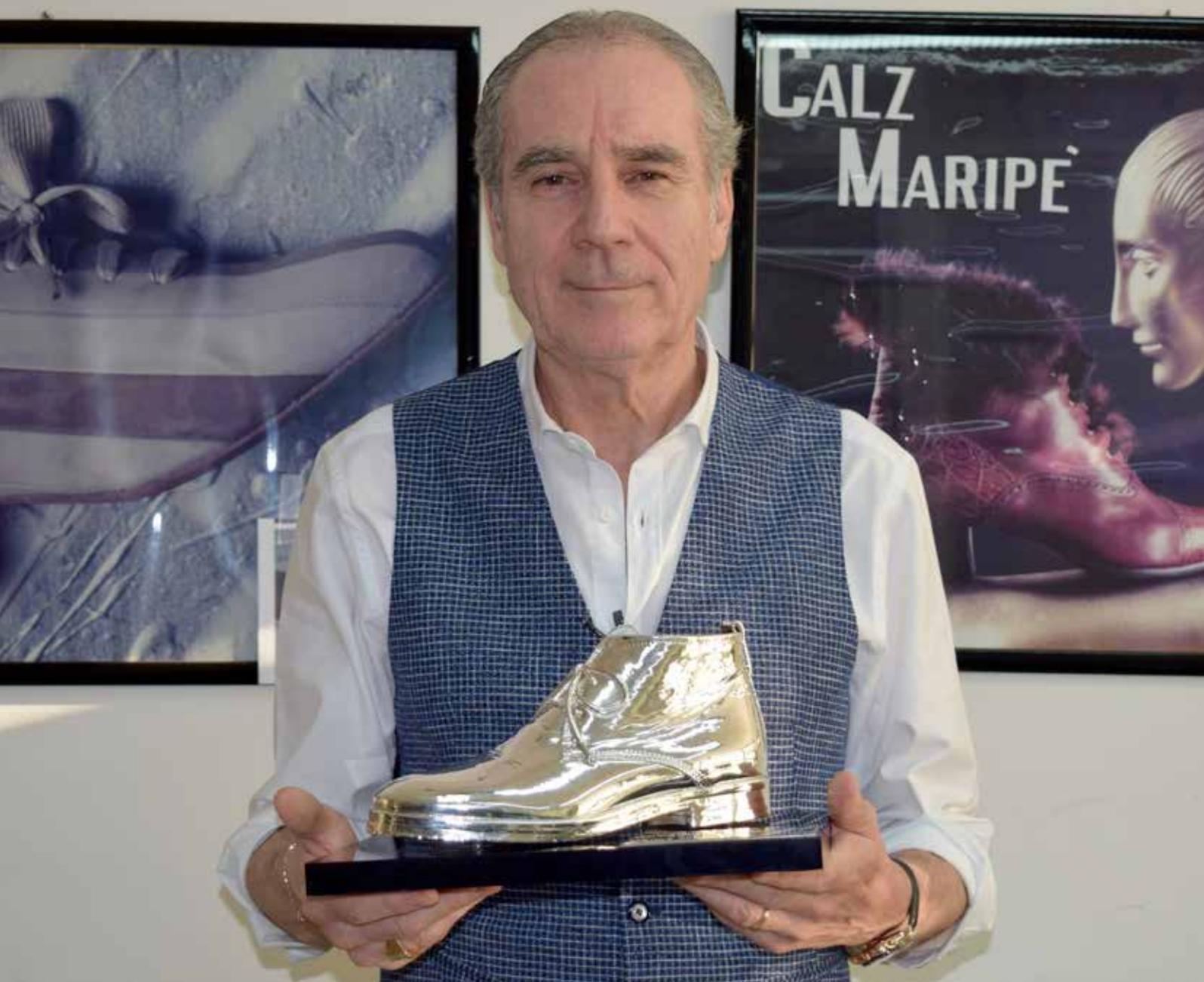
# BUSINESS shoes

MARZO  
APRILE  
2016

*magazine*

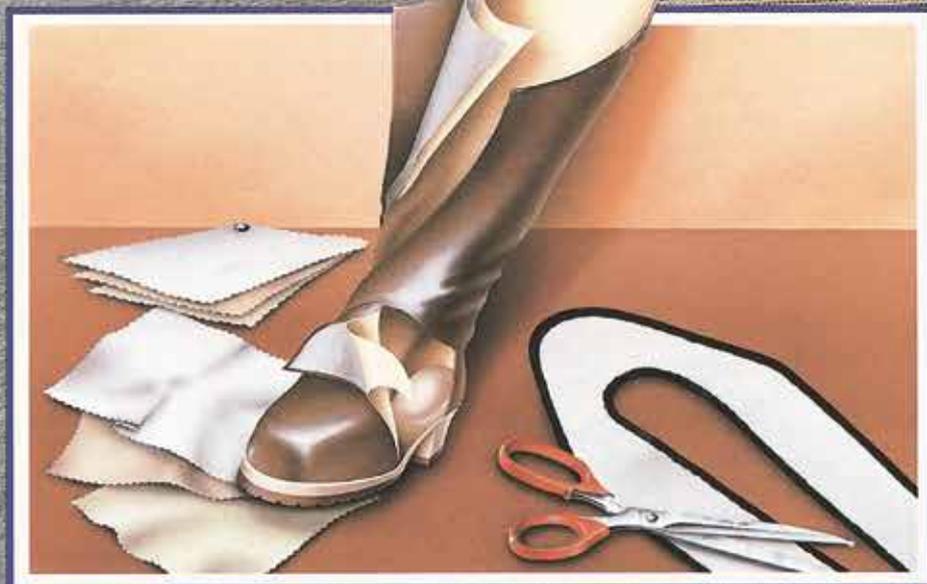
Rivista di informazioni e servizi del settore calzaturiero e pelletteria

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



**Di Maripé la scarpa più venduta in Europa**

*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

## **Pronto il chip per la filiera della Riviera del Brenta**

Prosegue spedito il progetto dei terzisti del calzaturiero della Riviera del Brenta, che sono pronti a partire con il marchio di filiera. “Siamo pronti ad aderire, tramite il marchio di filiera della calzatura Made in Venezia Riviera del Brenta, - hanno spiegato gli organizzatori del progetto, che vede unite le rappresentanze dei lavoratori e dei datori di lavoro - al sistema di certificazione e tutela della qualità delle scarpe che contribuiamo a produrre. Ma è indispensabile che lo siano anche i calzaturifici, dei quali siamo subfornitori, che con i loro brand sono i “titolari” del prodotto e riferimento del consumatore finale”.

L'adozione del marchio di tutela è stato presentato nei giorni scorsi a Vigonovo (Venezia) nel corso di un incontro organizzato da Cna Federmoda. “Siamo convinti - ha detto il responsabile di Cna Federmoda, Michele Barison - che questo sia l'unico strumento in grado di garantire i prodotti che escono dalle nostre aziende dalla contraffazione diffusa, certificandone al consumatore la qualità e l'eticità della filiera di produzione. Naturalmente deve diventare anche uno strumento di garanzia della corretta concorrenza tra le imprese, per combattere l'illegalità e il lavoro nero”.

Al progetto si aderirà in maniera totalmente volontaria e in questo modo le scarpe prodotte dalle aziende, attraverso un codice o un microtrasmettitore, potranno essere controllate in qualsiasi momento dal consumatore. E' sufficiente avere uno smartphone con un'apposita applicazione e si potrà avere le informazioni necessarie per conoscere tutte le caratteristiche della scarpa, dal modello, ai materiali e loro provenienza, alla stagione, al produttore, ai metodi produttivi, alla filiera e al subfornitore. Il distretto del calzaturiero della Riviera del Brenta fattura 1,7 miliardi di euro l'anno, produce 20milioni di scarpe. La filiera unisce 550 imprese e 11.000 dipendenti. Il valore medio di una scarpa finita in Riviera del Brenta è di 139 euro, di cui il 75% di costo manodopera.

**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. 9 ANNO III - Bimestrale  
marzo aprile 2016

**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. Pronto il chip per la filiera della Riviera del Brenta
- 6** ATLANTE. Brevi dal Mondo
- 8** MARIPE'. Primi in Europa
- 12** ASSOCALZATURIFICI. A Mosca con il Made in Italy
- 14** E-MAIL MARKETING. Strumento da sfruttare
- 16** PANCHINA DOC. Serata di sport e solidarietà
- 20** RIPARAZIONI. Due fratelli trevigiani i vice campioni del mondo
- 24** CAMPIELLO GIOVANI. Scelti i 25 finalisti
- 28** MODA MADE IN ITALY. Successo a Monaco
- 32** GIAPPONE. Benvenuti nella terza economia al mondo
- 39** RIVERA. 25 racconti per celebrare l'Abatino
- 44** MERCATINO. Tutte le occasioni

*Appuntamento con la Storia*  
**UN LIBRO SULLE BELLEZZE  
DI RIVIERA E MIRANESE**  
pag. 36

Foto di copertina di Damiano Mazzetto

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

**5 BUSINESS  
shoes**



**atlante**  
BREVI DAL MONDO



### **Silvano Salmaso nuovo direttore generale di Stonefly**

Silvano Salmaso è il nuovo Direttore Generale di Stonefly. Il manager vicentino arriva a Montebelluna dopo una lunga e ricca esperienza nel mondo della calzatura, sviluppata in larga parte all'interno del Gruppo Bata (oltre 700 punti vendita). In Bata Salmaso ha operato come responsabile generale Europa per lo sviluppo del prodotto, il merchandising e gli acquisti relativi sia ai negozi diretti che alla rete di franchising. Salmaso avrà la responsabilità sull'intera struttura riportando ad Andrea Tomat, Presidente e Amministratore Delegato del gruppo. L'obiettivo della proprietà è di accelerare ulteriormente la crescita dei ricavi attraverso una maggiore penetrazione in Italia e Spagna.



### **Hide & Jack alla fashion week di Shanghai**

Le scarpe camaleontiche di Alberto Franceschi sono arrivate fino in Cina. Trasferita, dunque, per tutto lo staff under 30 che da oggi fino alla prossima settimana presenterà la linea Hide&Jack alla Shanghai Fashion Week incontrando i buyer cinesi e proponendo i prodotti della nuova collezione Autunno-Inverno 2016/2017. Dopo il successo delle vendite on line, la prima fiera a Berlino e il posizionamento nelle boutique del nord est, la start up del giovane padovano figlio d'arte, guarda al Sol Levante. L'evento internazionale ha lo scopo di creare un legame tra oriente e occidente, mettendo in comunicazione brand provenienti da tutto il mondo con l'industria della moda. E infatti l'innovativa collezione Hide&Jack prende ispirazione dal mondo dei rettili grazie all'impiego di pellami interamente prodotti dalle concerie italiane che riproducono fedelmente le trame di pelle di serpente delle lontane regioni equatoriali. Tutti gli eventi glamour e fashion collaterali saranno organizzati in villa a Xintiandi Sinan Mansions, No. 505 Fuxing Middle Road, Huangpu District scelta appositamente per invitare influencers e stampa agli after party.



### **Stop al riconoscimento dello status di economia di mercato alla Cina**

In base al Protocollo di adesione della Cina all'Organizzazione Mondiale del Commercio, la comunità internazionale e l'Unione europea dovranno pronunciarsi, entro dicembre 2016, sul riconoscimento dello status di Economia di Mercato. Al momento, la Cina rispetta solo uno dei cinque criteri economici stabiliti da Bruxelles per il riconoscimento dello status, che avrebbe un impatto estremamente rilevante sull'efficacia del sistema di difesa commerciale UE. Assocalzaturifici, insieme a Confindustria e a CEC (Confederazione europea della Calzatura), ha da tempo aderito ad AEGIS Europe, un'alleanza di federazione europee che ha come scopo quello di fermare il processo di riconoscimento.

## H-Farm, 5 programmi di accelerazione corporate per il Made in Italy

Perché l'Italia resti competitiva in un mercato globale, sarà sempre più necessario nutrire l'ecosistema imprenditoriale con iniziative che permettano alle imprese di crescere e progredire. Con questo obiettivo H-FARM, piattaforma di investimento, servizi e formazione che da 11 anni favorisce il dialogo tra i giovani e le imprese, e Cisco, leader mondiale del settore IT, annunciano oggi un importante accordo mirato ad accompagnare le aziende dei principali settori dell'economia italiana nel loro processo di trasformazione digitale e di innovazione. L'accordo comprende la definizione di 5 programmi di accelerazione che prendono il nome Industry Acceleration per enfatizzare il coinvolgimento nel programma delle imprese facenti parte i settori Fashion & Retail, Turismo, Internet of Things, Agroalimentare e Manifatturiero. La novità di questi programmi è la partecipazione di fino a 5 aziende per ogni settore nella valutazione e selezione delle idee e nell'affiancamento dei team selezionati con attività di mentorship, support e advisory. Per ogni singolo programma verranno individuate e selezionate le migliori iniziative imprenditoriali sul mercato internazionale, con l'obiettivo di accompagnarle verso un percorso di crescita in grado di portare innovazione nei processi di produzione, distribuzione e/o comunicazione delle imprese. L'accordo comprende inoltre l'utilizzo del programma Cisco Networking Academy. Primo momento di collaborazione saranno i digital summer camps di H-CAMPUS, l'area di H-FARM dedicata alla formazione, dove il programma Cisco Academy verrà utilizzato per contribuire alla realizzazione di laboratori per gli studenti. "Sono entusiasta di quest'accordo con CISCO: lavoreremo insieme per stimolare l'innovazione per i giovani e per le aziende. Il nostro compito è renderli consapevoli delle grandi opportunità che ci sono in questo momento e dell'importanza che innovazione e trasformazione digitale hanno per il mercato", dichiara Riccardo Donadon, fondatore e Presidente di H-FARM.



**ORAFI**  
*Artigiani Associati*

PARTNERS

**idd**

INTERNATIONAL DIAMOND DIFFUSION

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

Il calzaturificio Maripé di Fiesso d'Artico è stato premiato dal Gruppo ANWR (il primo Retailer di calzature in Europa) per aver ideato e prodotto il modello di scarpe più diffuso in Europa: un polacchino che ha raggiunto la cifra record di quasi 100.000 paia vendute.

Il premio è stato consegnato al Direttore Commerciale Sandro Giacomello da ANWR che, per sottolineare il grande successo della calzatura, ha fatto realizzare il modello campione in argento accompagnandolo con una targa celebrativa.

Questo riconoscimento segna il ritorno di un'azienda della Riviera del Brenta nel *ranking* europeo delle produzioni *top seller*.

La storia del calzaturificio di Fiesso d'Artico affonda le proprie radici negli anni '50 del secolo scorso per mezzo di Egisto Panizzolo che, in società con Giovanni Quaglia, dà vita all'azienda Mari. In seguito alla scissione della società, avvenuta agli inizi degli anni '60, Egisto Panizzolo modificò il nome del calzaturificio in Maripé (Mari più le iniziali di Panizzolo Egisto), con sede in via Baldana sempre a Fiesso d'Artico.

Fin dagli esordi Egisto Panizzolo puntò sulla qualità e lo stile



## AL CALZATURIFICIO IL PRIMO POS

Con un polacchino che ha raggiunto la cifra record di quasi 100.000 paia vendute (la calzatura più diffusa in Europa) è stata premiata dal Gruppo ANWR (il primo Retailer di calzature in Europa)



# FABBRICAZIONE MARIPÉ IN EUROPA

più di 100.000 paia vendute l'azienda di Fiesse d'Artico (Venezia) di calzature in Europa) con l'ambito premio

di Diego Mazzetto

del prodotto che inizialmente era caratterizzato da un lavoro eseguito prevalentemente a mano, interamente artigianale, come si svolgeva in quasi tutte le aziende della zona.

Alla fine degli anni '70 ci fu l'ingresso in azienda del figlio Roberto, che si perfezionò nell'ambito della modelliera come stilista dando un impulso innovativo alla creatività e allo stile, proponendo a ogni stagione sempre nuovi prototipi. Grazie a lui e ai suoi collaboratori, l'azienda riuscì a espandersi ulteriormente nel mercato europeo, principalmente in Germania ma con significativi risultati di vendita anche in Olanda, Belgio, Austria, Svizzera e Francia.

Nel corso del tempo Maripé ha saputo rinnovarsi mantenendo però una costante focalizzazione sul proprio mercato e concentrandosi principalmente nel Nord Europa, rimanendo fedele alla propria tipologia di prodotto. Negli ultimi anni la domanda del mercato delle calzature Maripé è andata via via crescendo, grazie anche a collezioni dalla grande attrattività dei prodotti, conquistando posizioni di tutto rispetto anche in Australia e altri Paesi extra-europei.



Oggi giorno, con l'ingresso di Carola e Mattia, figli di Roberto, l'azienda è proiettata in un futuro sempre più soggetto a cambiamenti di mercato, con una più ampia globalizzazione sia a livello produttivo che commerciale e con un'ottica incentrata alla massima valorizzazione delle risorse a disposizione, in modo da essere sempre competitiva.

La lavorazione tradizionale e l'attenzione alle moderne ispirazioni, abbinati a una cura particolare verso i piccoli dettagli, sono i punti di forza delle collezioni Maripé ideate per offrire creazioni dal design accattivante e allo stesso tempo perfette da indossare in tutte le occasioni.

«La nostra passione per la cal-



zatura - dichiara tutto il team Maripé - ci porta a una ricerca costante e approfondita di materiali quali pellami, soles, forme e questo ci permette di offrire un prodotto sempre più innovativo e attento alle tendenze. La continua ricerca è la nostra forza e questo ci rende capaci di offrire un prodotto fashion e di design a un prezzo accessibile che noi definiamo "affordable luxury".

«Il premio assegnato al calzaturificio Maripé dal gruppo ANWR – sottolinea Siro Badon, presidente Acrib - rappresenta un motivo di soddisfazione per l'intero comparto calzaturiero della Riviera del Brenta. E' la conferma che i nostri prodotti sono leader e primeggiano sui mercati in ogni fascia di prezzo. La soddisfazione si accresce poi del fatto che l'azienda sta completando il passaggio generazionale dalla seconda alla terza generazione. Un fatto che rappresenta una conferma sul futuro del nostro distretto».

«Il premio di ANWR al calzaturificio Maripé – commenta Matteo Zoppas, presidente di Confindustria Venezia, Area Metropolitana di Venezia e Rovigo - è per Confindustria Venezia e Acrib motivo di grande orgoglio e anche testimonianza delle potenzialità del nostro tessuto produttivo che riesce a offrire al mercato un valore aggiunto fatto di ricerca, innovazione, memoria artigiana e creatività. Il lavoro di aziende come Maripé testimonia l'importanza del "Made in Italy" e del "Made in Venice" nel mondo grazie alla capacità di rinnovarsi e di guardare sempre avanti».



# ASSOCALZATURIFICI PORTA A MOSCA LE COLLEZIONI MADE IN ITALY



Si è conclusa in Russia Obuv' Mir Koži, la Mostra Internazionale della Calzatura e degli articoli di pelletteria, in programma dal 22 al 25 marzo 2016 all'Expocentre di Mosca.

A Obuv' Mir Koži erano presenti 127 aziende italiane su una superficie di 3.200 metri quadrati.

La manifestazione è la più importante rassegna dedicata alla calzatura di fascia medio-alta e alta nella CSI e rispecchia la vitalità e il fervore di un mercato che non smette di apprezzare la qualità del prodotto calzaturiero italiano. Nonostante le vendite di calzature nel 2015 si siano ridotte di circa 1/3, sia in quantità che in valore, registrando una diminuzione del 32% solo in Russia, Assocalzaturifici continua a presidiare e a investire in

un mercato di grande interesse per il Made in Italy. In collaborazione con ITA Agenzia, infatti, l'associazione ha affiancato l'evento con importanti iniziative promozionali. Secondo i dati delle dogane russe, nel 2015 le importazioni russe di calzature e pelletteria italiane sono state rispettivamente di 221 milioni e 82 milioni di euro, in calo del 21,2% e del 14,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tuttavia, segnala la nota di Ice, "sia l'Ue 28 sia la Cina nei due comparti hanno registrato decrementi maggiori di valori di export nel periodo analizzato: rispettivamente -29 e -24,1% per le calzature; -15,9 e -27,4% per la pelletteria".

Durante la manifestazione è stato

garantito un programma di accoglienza per 45 buyer, selezionati e provenienti da tutta la Federazione Russa. Si tratta della prima tappa di un piano che proseguirà con un importante progetto di mappatura e profilazione del mondo retail del comparto moda calzature-abbigliamento. Un progetto che mira a fornire uno strumento operativo concreto in più alle imprese italiane per intercettare le esigenze di un mercato che sta cambiando.

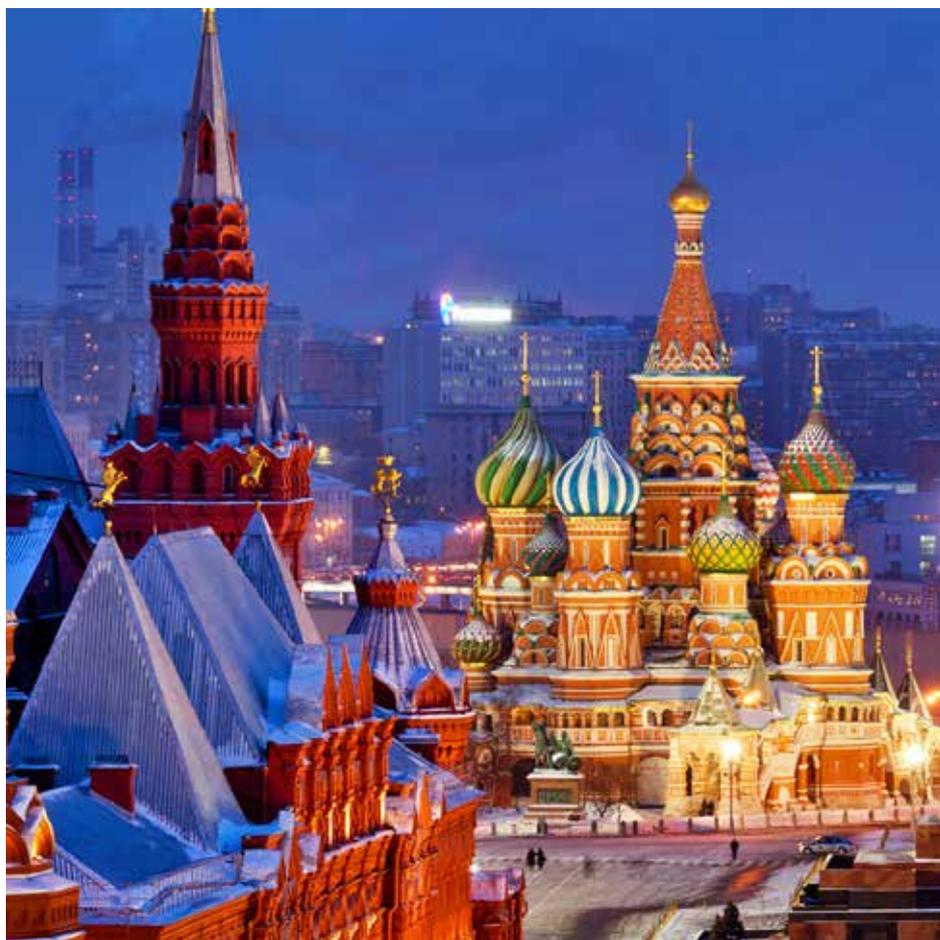
"Obuv' Mir Koži è una prestigiosa vetrina internazionale che garantisce un'ottima visibilità alle aziende calzaturiere" – afferma Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici. Siamo convinti che l'area CSI resterà una destinazione primaria

per l'export delle calzature. Siamo, del resto, altrettanto consapevoli che proprio ora è fondamentale investire di più, anche e soprattutto come Sistema Italia, in comunicazione perché il mercato russo sta cambiando in modo radicale e profondo. Assocalzaturifici è a fianco degli imprenditori per fornire tutto il supporto operativo necessario al consolidamento del business in questa area strategica. Noi, infatti, oltre a investire in modo mirato e strategico assistiamo in termini concreti le nostre aziende associate agevolando con voucher attivabili sulla partecipazione alla mostra. Chiediamo al Governo, al Ministero dello Sviluppo Economico e a ITA Agenzia di essere sinergici e di mantenere attivi i programmi di finanziamento alla promozione del made in Italy in questa area troppo importante per i nostri distretti”.

L'evento moscovita è stato preceduto il 24 e 25 febbraio a Krasnodar e a Ekaterinburg da incontri con stampa e alcuni tra i principali buyer locali – sempre in collaborazione con ITA Mosca – per presentare la rassegna e raccogliere elementi utili ad una migliore valutazione della rapida trasformazione del sistema distributivo in Russia.

Attraverso queste iniziative e la partecipazione agli appuntamenti fieristici, Assocalzaturifici sta rafforzando la propria strategia di consolidamento del mercato di tutta la Federazione.

“La Russia e i Paesi CSI restano un mercato di riferimento per la nostra manifattura e sarebbe un errore strategico non presidiare quest'area” – afferma Arturo Venanzi, Consigliere e coordinatore del Laboratorio Russia e Paesi CSI di Assocalzaturifici. “Noi continuiamo a farlo e andremo ad investire nella ricerca di nuovi buyer motivati e sensibili all'eccellenza del prodotto italiano.



Obuv' Mir Koži si conferma l'evento di riferimento per gli operatori del settore, un'occasione di business per intercettare gli operatori di un mercato che sta certamente ancora soffrendo, ma che continua a considerare il Made in Italy con un occhio di riguardo. Abbiamo avviato un percorso di qualificazione dell'immagine della nostra manifestazione e investiremo per creare valore all'offerta italiana in fiera”.

Dopo Obuv' Mir Koži il programma nell'area CSI di Assocalzaturifici è proseguito con due ulteriori rassegne promosse e organizzate in collaborazione con ITA Agenzia: Shoes From Italy Almaty, dal 6 all'8 di aprile nella capitale economica del Kazakistan, e Shoes from Italy Kiev, in Ucraina.

Il prestigioso salone eventi Dom Priemov ad Almaty (Kazakistan) ha ospitato l'unica rassegna nell'area

centro-asiatica dedicata al comparto accessorio moda e calzature targato Made in Italy, che ha visto la partecipazione di 28 aziende italiane, con la visita di 200 buyer provenienti da tutta la regione. Il programma di incoming è stato curato da ITA Almaty e dedicato ad alcuni selezionati clienti provenienti da tutte le province del Kazakistan, dall'Uzbekistan, Kirghizistan e Tagikistan.

In Ucraina, dopo un biennio di forte instabilità nel Paese determinato dalle tensioni politiche con il vicino russo, Assocalzaturifici torna ad esplorare un mercato che prova a ripartire. Shoes from Italy, che si è svolta presso l'Hyatt Regency Hotel a Kiev, è un workshop b2b aperto a imprese calzaturiere e della pelletteria, dove si sono ritrovati un centinaio di buyer locali provenienti da tutta l'Ucraina centro-occidentale.

# E-MAIL MARKETING, QUESTO SCONOSCIUTO STRUMENTO DA CONOSCERE E SFRUTTARE

I brand di lusso faticano a segmentare e a personalizzare in maniera strategica l'email marketing. I consumatori, esigenti come mai accaduto prima, desiderano ricevere email personalizzate e più mirate

L'indagine "The Dawn of Luxury CRM: Email dos and don'ts", realizzata da ContactLab, esperta in customer engagement in associazione con Exane BNP Paribas, rivela come i brand di lusso potrebbero rapportarsi in maniera molto più adeguata ai loro clienti attraverso le email. Complessivamente, Cartier e Burberry sono ai primi posti nella classifica, mentre la maggior parte dei marchi di lusso non è in grado di utilizzare il potenziale che deriverebbe da un efficace sistema di email marketing.

ContactLab ha reso noto che in linea generale vi è una buona tendenza alla declinazione in lingua locale e vi sono buone capacità di costruzione delle email; tuttavia i servizi di E-commerce e Cross Channel sono ancora poco integrati all'interno delle email e il piano di contatto risulta piuttosto sbilanciato (troppo commerciale) e segmentato in maniera inadeguata. Le email rappresentano parte integrante di qualsiasi strategia di marketing e dovrebbero essere progettate e distribuite secondo un processo scrupoloso volto a soddisfare le esigenze dei consumatori. La sfera del digitale non include soltanto l'email marketing, ma rappresenta un aspetto dell'intero ecosistema ed è importante che venga preso in considerazione, poiché l'impatto del digital engagement può generare un aumento del 40% delle entrate dei brand di moda e lusso.

L'indagine si è focalizzata su 30 brand di moda e lusso, con un focus sul mercato degli Stati Uniti per quanto riguarda gli account registrati e i sottoscrittori di email (entrambi non acquirenti) nel periodo tra luglio e dicembre 2015.

Lo studio ha rivelato come i brand stiano progettando e distribuendo i loro contenuti in base alle diverse tipologie di clienti. Le esigenze sono cambiate nel tempo e i consumatori si aspettano contenuti personalizzati e mirati in base alle loro necessità. Dolce & Gabbana primeggia nel rivolgersi al cliente in base al genere e al titolo, seguita da Armani. Detto questo, l'intero potenziale sfruttabile in termini di segmentazione rimane ampiamente inutilizzato; i brand che si informano sul codice postale (segmentazione geografica) e sulle preferenze a livello di contenuto in ambiti come bellezza, moda, gioielleria, ecc. sono ancora molto pochi.

Ulteriori analisi hanno rivelato che 20 brand non differenziano il contenuto in base al genere, né effettuando una distinzione tra clienti effettivi e iscritti alla newsletter, tra cui Hermès e Brunello Cucinelli.

"I marchi devono agire in maniera più strategica nell'utilizzo dell'email marketing e devono riconoscere che i consumatori sono esigenti come non lo sono mai stati - ha commentato Marco Pozzi, autore dell'indagine - se il contenuto non soddisfa le richieste, l'opinione che si ha del marchio sarà svalutata e i clienti finiranno per cancellare la loro iscrizione. L'email marketing offre ai brand l'opportunità di ricevere grandi quantità di

traffico attraverso dispositivi mobili come smartphone e tablet. Viviamo in un'epoca in cui i consumatori sono bombardati di contenuti ed email, per questo è necessario assicurarsi di inviare messaggi di valore e in grado di catturare l'attenzione."

I maggiori stilisti devono far leva sui servizi che offrono e utilizzare l'email marketing per fare comunicazione cross-canale. L'azienda leader del Cross Channel è Cartier, che si piazza alla prima posizione assieme a Ferragamo anche nella segmentazione effettiva di tutto il flusso di contatto; Hermès si rivela invece l'azienda con la combinazione più equilibrata di branding, commerciale e incentrata sul punto vendita. In generale, a parte per quanto riguarda l'opzione "trova un punto vendita", vi è uno scarso utilizzo delle strategie di email marketing. Soltanto Cartier ha predisposto la possibilità di "fissare un appuntamento" e solo Burberry include la soluzione del ritiro in boutique").

"Arrivare a una segmentazione della clientela sarà sempre una sfida, ma ai marchi di lusso resta comunque un notevole margine di miglioramento per fare la differenza attraverso l'email marketing e creare campagne più personalizzate - prosegue Marco Pozzi - Inviare semplicemente del contenuto generico e rivolgersi a tutti i clienti nello stesso modo sono pratiche che non permettono di costruire una relazione con il consumatore. Per quanto riguarda lo shopping, le abitudini dei clienti sono cambiate e i consumatori si aspettano un'integrazione di diversi canali come parte della loro esperienza omnichannel.



# 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)**

# GRANDE SERATA DI SPORT E SOLIDARIETA' PER IL PREMIO PANCHINA DOC TRIVENETO



E' giunto alla sua settima edizione l'ambito premio "Panchina doc" del Triveneto. Nella suggestiva cornice di Villa Ca' Zane Martin (costruita nel Quattrocento), a Sambruson di Dolo (Venezia), si è tenuta la manifestazione promossa e realizzata dalla nostra rivista per gratificare e valorizzare i protagonisti del calcio e lo sport in genere a Nordest.

Lunga la lista degli sportivi premiati: Gianni De Biasi, ct dell'Albania, e Carlo Recalcati, ex coach della Nazionale di basket e della Reyer Venezia. Poi i padovani Nicola Bezzati (Valsugana rugby femminile) e (d'adozione) Stefano Posterivo (Lantech Plebiscito Padova di pallanuoto femminile), Renato Longega (calcio femminile), Enrico Zennaro (vela), Alice Sorato (ginnastica) e il giorna-

lista Furio Zara. Lo spirito è sempre quello: attraverso la vendita di maglie, palloni e gadget firmati dai campioni sportivi, vengono raccolti fondi da devolvere interamente all'associazione Team for Children Onlus di Padova.

L'iniziativa è stata organizzata da Federico Lovato e Diego Mazzetto, mentre il compito di presentare i premiati è spettata all'inviato del Mattino di Padova Stefano Edel.

L'ospite principale è stato Gianni De Biasi, prossimo ai 60 anni, l'allenatore di Sarmede (Treviso) che ha portato, l'11 ottobre 2015, l'Albania alla prima storica qualificazione alla fase finale di un Campionato Europeo. Il Ct delle aquile nere, che in Italia ha guidato, fra le altre, squadre importanti come Modena, Brescia (dove ha

avuto Roberto Baggio fra i suoi giocatori), Torino e Udinese, ha ricevuto il massimo riconoscimento per il calcio.

Grandi applausi anche per Carlo "Charlie" Recalcati, milanese, l'ex allenatore dell'Umama Reyer Venezia ed ex Ct della Nazionale, per il basket; a Renato Longega, veronese, pluriscudettato con il Bardolino (ora Agsm Verona) nel calcio femminile; a Nicola Bezzati, padovano, capace di regalare alla propria città il primo titolo italiano con le Valsugana girls nel rugby femminile; a Stefano Posterivo, cosentino, trionfatore con la Lantech Padova nel campionato di Serie A di pallanuoto femminile; ad Enrico Zennaro, chioggiotto, che ha ottenuto risultati prestigiosi nella vela ed ora è uno dei primi al mondo nel



suo ruolo; ad Alice Sorato, di Spinea (Venezia), vincitrice di 3 medaglie d'oro e di 2 di bronzo ai Mondiali di Special Olympics nella ginnastica artistica. Il premio giornalistico è andato a Furio Zara di Piove di Sacco (Padova), partito dal quotidiano Mattino di Padova è ora tra le firme di punta del "Corriere dello Sport-Stadio". Legato al premio Panchina Doc del Triveneto c'è anche il Premio Grafico, realizzato in collaborazione con il liceo Guggenheim di Venezia. la vincitrice è stata Francesca Bortoluzzi, premiata dalla presidente di giuria Valentina Favaretto. I ragazzi del Centro Diurno "Stella Polare" di Olmo di Martellago (Venezia), con grande impegno e bravura hanno realizzato i premi per i vincitori del premio.

**Nella pagina a fianco la foto dei premiati alla settima edizione della Panchina Doc del Triveneto**  
**Sopra a sinistra Francesca Bortoluzzi (vincitrice del premio grafica) premiata da Valentina Favaretto**  
**Sopra a destra mister Gianni De Biasi ritira il premio**  
**A destra Alice Sorato, di Spinea (Venezia), vincitrice di 3 medaglie d'oro e di 2 di bronzo ai Mondiali di Special Olympics nella ginnastica artistica**





Da sinistra: Stefano Posterivo e Antonio Martin



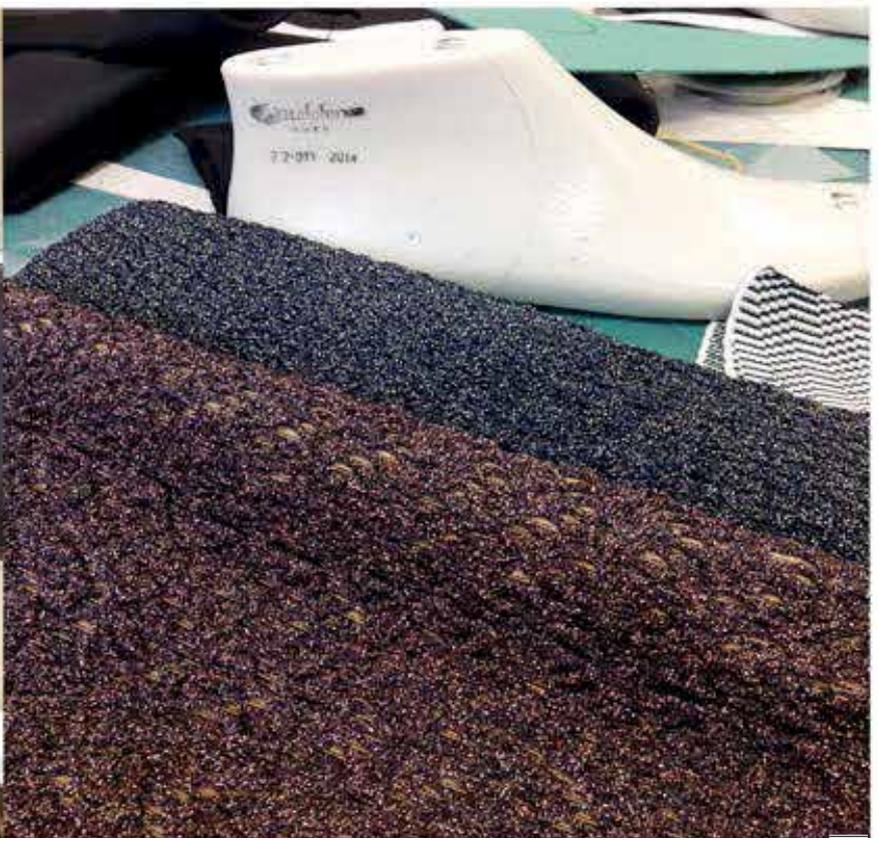
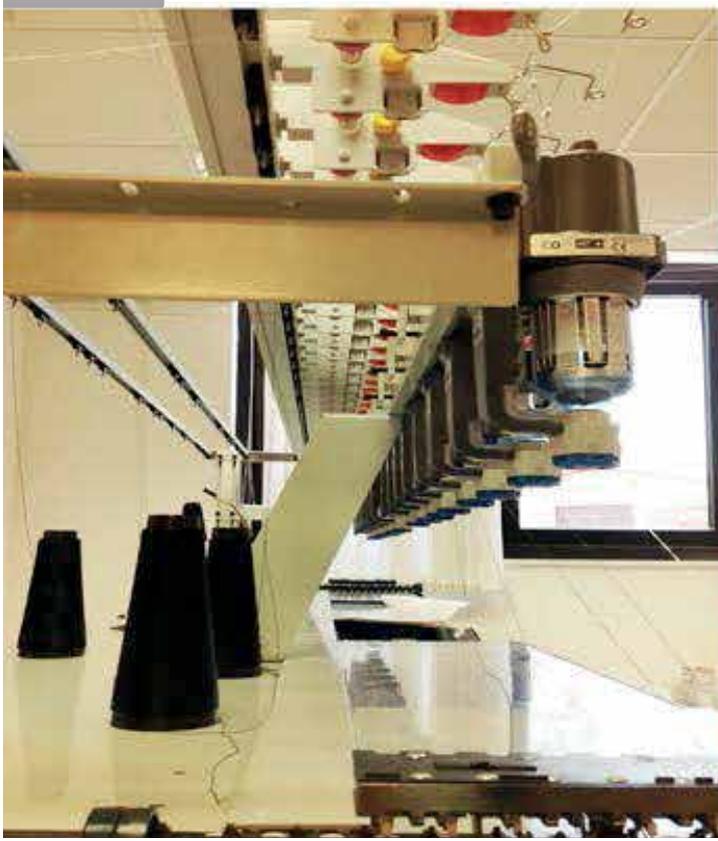
# FASHION WALL

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

cell. 3498353163

[info@fashionwall.it](mailto:info@fashionwall.it)

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



# DUE FRATELLI CALZOLAI DI TREVISO VICE CAMPIONI DEL MONDO DI RIPARAZIONE

Due fratelli, il primo, Alexander, con la bottega in centro a Mogliano, il secondo, Daniele, a Castelfranco Veneto. Giovani ma figli d'arte - il papà ha trasferito loro la passione e soprattutto l'azienda- si sono recentemente classificati vice campioni mondiali nella riparazione di calzature. Al girone finale della competizione erano presenti 45 calzolai da otto nazioni diverse: 13 tedeschi, 2 italiani, 3 giapponesi, 5 olandesi, 7 austriaci, 6 svedesi, 3 ungheresi e 6 dagli USA.

Due medaglie d'argento che hanno un valore particolare in quanto i fratelli Agostinetti partecipavano per la prima volta al rinomato Concorso Internazionale dei Calzolai, che si tiene ogni tre anni a Wiesbaden in Germania. Ed oltretutto hanno tenuta alta la tradizione italiana della riparazione in quanto unici concorrenti dal Bel Paese. Gli ori, nella riparazione, sono andati a tre americani e uno svedese.

“Una soddisfazione enorme, che qualifica il lavoro artigiano ed il nostro impegno in ambito universale”, spiega Paride Geroli presidente nazionale e regionale Veneto dei Calzolai di Confartigianato e della associazione nazionale Calzolai 2.0. La competizione, che si tiene ogni tre anni, è la più importante gara di settore a livello mondiale ed è divisa in sei categorie: scarpa nuova uomo classica e moda, scarpa da donna classica e moda, riparazione e ortopedia. In particolare nella riparazione vengono valutati sia la capacità di attenersi alla originalità della scarpa cioè come è uscita dalla fabbrica, sia l'originalità dell'intervento”.

La medaglia d'argento, Alexander



Da sinistra Alexander e Daniele Agostinetti

Agostinetti, l'ha conquistata, nella sezione riparazione scarpe da uomo lavorazione goodyear con cucitura rapida, con la risuolatura di una Tricker's e una Floreshem. Mentre Daniele con la riparazione di una church's. “Dopo anni di impegno e lavoro quotidiano è sempre piacevole, partecipare ed essere premiati ad eventi così importanti. È la prova che i calzolai italiani sanno lavorare bene, ma soprattutto che sono vivi ed attivi - spiegano i due vice campioni. Il Veneto eccelle in molti settori e queste medaglie dimostrano come nell'elenco si annoverano anche i calzolai. La ciliegina sulla

torta – concludono - è stato l'invito fattoci dalla vice presidente della Associazione Americana Calzolai a partecipare al loro contest che si terrà nel 2017 a Los Angeles. Molto probabilmente ci saremo!”.

Alexander Agostinetti, classe 1978, nato in Australia, ha seguito la tradizione di famiglia subito dopo gli studi. La sua filosofia è “scarpa di qualità per un piede sano”. Il fratello Daniele, classe 1982, grazie alle sue abilità tecniche, manuali e di apprendimento, dopo un anno di lavoro a soli 16 anni, prende in gestione l'attività del padre a Preganziol.

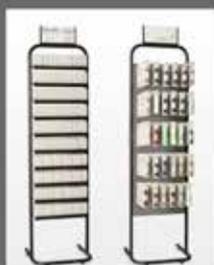


## STRINGIFICIO SERRANO

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



Stringificio Serrano s.r.l.  
Via A. Merloni, 46  
60030 Serra de' Corti (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



**PANCHINA  
D.O.C.  
del  
TRIVENETO**

**FOOTBALL  
SHOES**

**BUSINESS  
shoes**



**RIMETPLAST** S.R.L.

MATERIE PLASTICHE PER LA CALZATURA



**Rimetplast srl**  
via G. Di Vittorio, 28  
50145 FIRENZE  
Tel. 055311901 - 055308117  
[www.rimetplast.it](http://www.rimetplast.it)

**Di & Gi** S.n.c.  
TRANCERIA  
CAMBRATURA



**DI & GI TRANCERIA**  
CAMBRATURA - FILETTATURA - FASCIATURA  
TACCHI E ZEPPE - TAGLIO PELLI  
CAMPAGNA LUPIA - TEL. 041460125

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*

**ALTER**  
 di Terrin Fabio e Giancarlo snc

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

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

**RIPARATORE PER CAMOSCIO**

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

# CAMPIELLO GIOVANI, SCELTI I 25 SEMIFINALISTI DELLA 21<sup>^</sup> EDIZIONE

Le prossime tappe prevedono l'annuncio della cinquina finalista il 29 aprile 2016 nel corso di uno spettacolo, condotto dal trio Boiler di Zelig, composto da Federico Basso, Davide Paniate e Gianni Cinelli, che si terrà al Teatro Stabile di Verona. La serata finale al Teatro La Fenice



Entra nel vivo la 21<sup>a</sup> edizione del Campiello Giovani, il concorso letterario rivolto agli aspiranti scrittori tra i 15 e i 22 anni residenti in Italia e all'estero, promosso dalla Fondazione Il Campiello - Confindustria Veneto. La Giuria di Selezione del premio ha selezionato i 25 semifinalisti, scelti tra i circa 300 ragazzi che da tutta la Penisola hanno inviato il loro racconto nel periodo compreso tra ottobre 2015 e gennaio 2016.

I semifinalisti del Campiello Giovani 2016 provengono: 6 dalla Lombardia, 6 dal Veneto, 4 dal Lazio, 2 dal Friuli Venezia Giulia, 2 dalla Puglia, 1 dalla Liguria, 1 dalla Sicilia, 1 dalla Toscana, 1 dal Trentino Alto Adige e 1 residente a Londra.

Valentino Vascellari, Presidente del Comitato di Gestione del Premio Campiello, ha dichiara-

to: *«Il Campiello Giovani svolge una vera e propria attività di scouting di nuovi talenti nel mondo della letteratura, offrendo alle giovani penne una prima importante occasione per mettersi in luce. E guardando la partecipazione e le regioni di provenienza dei ragazzi di questa edizione, il Premio si conferma essere una vetrina di profilo nazionale. Non è tuttavia solo una gara, ma rappresenta anche un laboratorio educativo e culturale, che promuove la lettura e la scrittura tra i giovani e nelle scuole, sapendo coinvolgere un numero crescente di ragazzi. Anche grazie alla collaborazione al supporto, in una fruttuosa ottica di sistema, di importanti aziende ed istituzioni, famiglie e insegnanti».*

La 21<sup>a</sup> edizione del Campiello Giovani ha preso il via ad ottobre 2015 e durante i tre mesi

successivi ha visto l'organizzazione di 12 incontri negli istituti scolastici di diverse regioni italiane, ai quali hanno preso parte complessivamente oltre 1.800 ragazzi.

Con la selezione dei 25 si è chiusa la prima fase del concorso. Le prossime tappe prevedono l'annuncio della cinquina finalista il 29 aprile 2016 nel corso di uno spettacolo, condotto dal trio Boiler di Zelig, composto da Federico Basso, Davide Paniate e Gianni Cinelli, che si terrà al Teatro Stabile di Verona. Il Vincitore del Campiello Giovani verrà proclamato durante la conferenza stampa finale del Premio Campiello 2016, in programma la mattina di sabato 10 settembre al Teatro La Fenice di Venezia.

La formula del Campiello Giovani, il più importante concor-



I cinque finalisti della passata edizione del “Campiello Giovani”

so a livello nazionale di questo genere, si articola in tre fasi: la prima è affidata a una Giuria di Selezione, composta da 12 giurati (finalisti e vincitori delle passate edizioni del Campiello Giovani, il Vincitore delle Olimpiadi di Italiano 2015 e Lettori di Case Editrici), incaricata di scegliere 25 racconti tra tutti quelli ammessi al concorso. La seconda fase, invece, è affidata a un Comitato Tecnico, composto da esperti del settore, Giuliano Pisani, Giulia Belloni e Licia Cianfriglia, per la selezione dei cinque finalisti ed il vincitore del Riconoscimento estero. Il vincitore viene infine decretato dalla Giuria dei Letterati del Premio Campiello, in concomitanza con la Cerimonia finale del Premio.

Il Campiello Giovani si avvale del patrocinio della Regione Ve-



Il Gran Teatro La Fenice a Venezia

neto, della collaborazione e del sostegno del Muve, dell'Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto, dell'Associazione Nazionale dei Dirigenti e delle Alte Professionalità della Scuola, delle Olimpiadi di Italiano del

Ministero dell'Istruzione, della rete dei Giovani Imprenditori di Confindustria, oltre a beneficiare del costruttivo interesse di molti presidi e docenti delle scuole.



# NASTROTEX

## CUFRA SPA



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)



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



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)

# “MODA MADE IN ITALY”, OLTRE 330 BRAND PRESENTI A MONACO DI BAVIERA

**La manifestazione organizzata da Assocalzaturifici in Germania chiude con una crescita del 17% di visitatori, rispetto all'anno scorso**

Ha chiuso con oltre 1500 ingressi unici l'evento Moda Made in Italy organizzato da Assocalzaturifici in scena dal 13 al 15 marzo al MOC di Monaco di Baviera con la presenza di oltre 330 brand internazionali che hanno presentato le ultime novità ai compratori di un mercato fondamentale per l'export del nostro Paese. Una manifestazione internazionale che, grazie alla sua trasversalità, riesce a intercettare tutte le fasce di prodotto calzaturiero, cogliendo le mutevoli esigenze del consumatore.

La Germania rappresenta il terzo interlocutore mondiale per le esportazioni dei prodotti calzaturieri italiani dopo Francia e USA, con più di 32 milioni di paia venduti ogni anno e un incremento del 4,8% in quantità e dello 0,9% in valore nei primi dieci mesi 2015 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

“I risultati positivi della manifestazione, cresciuta sia in termini di visitatori, con un incremento del 17% rispetto a marzo 2015, sia in termini di espositori, con il 6,4% di aziende in più rispetto alla scorsa edizione, mostra l'utilità di eventi come questo, in grado di mettere in contatto i buyer dei mercati più sensibili con le aziende di riferimento per la qualità italiana – afferma Giovanna Ceolini, vicepresidente di Assocalzaturifici – La Germania continua a rappresentare un



mercato di riferimento per l'Italia, anche se in questo momento si nota ancora una certa cautela negli ordini”.

Questa edizione di Moda Made in Italy si è confermata strategica rispetto al calendario fieristico internazionale del settore. Molti infatti i compratori provenienti da Germania, Austria, Svizzera e Nord Europa e tanti i buyer selezionati portati in fiera direttamente da Assocalzaturifici, che ha supportato le aziende in ogni fase organizzativa coinvolgendo i compratori più significativi per

il comparto.

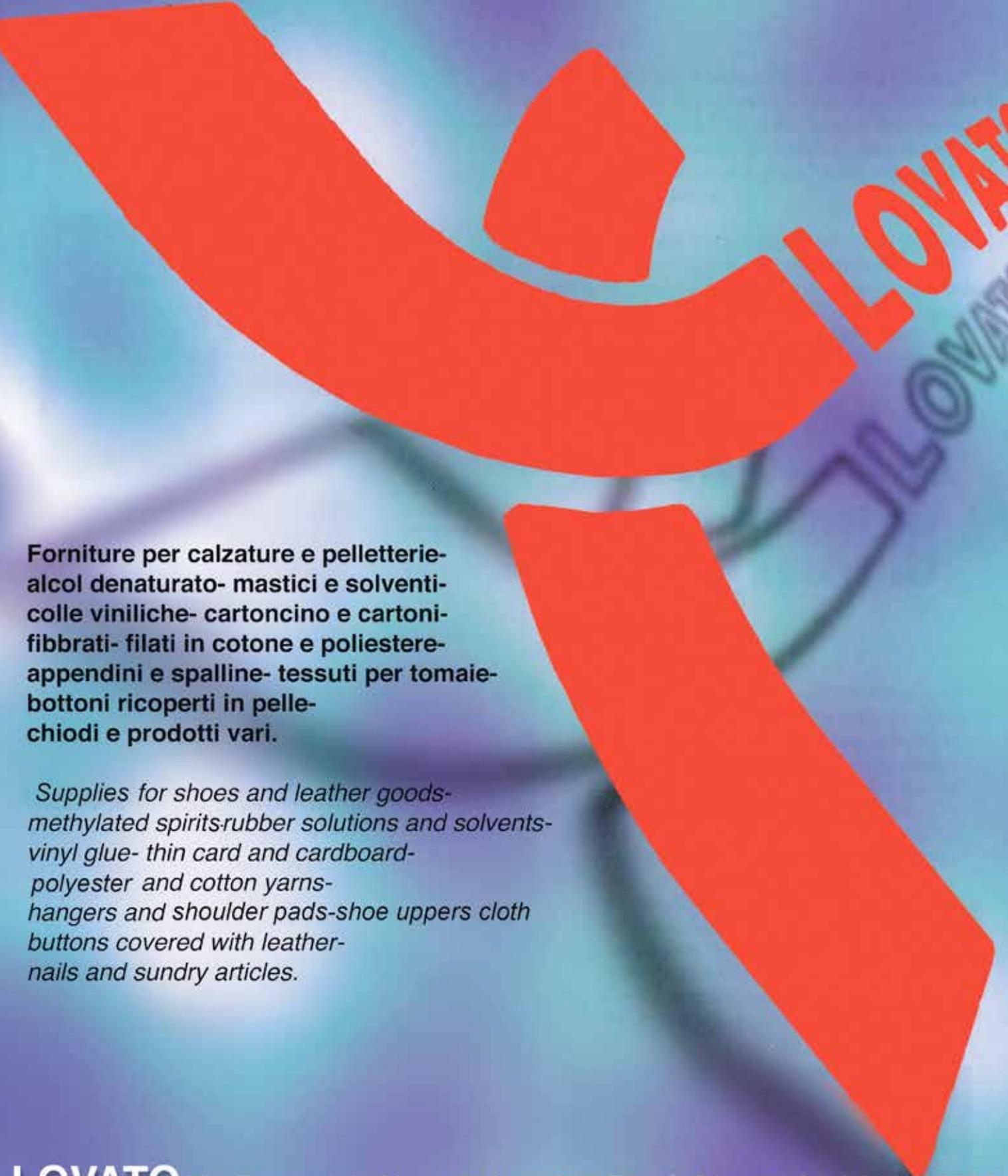
Prossimo appuntamento il 9 settembre 2016 con la nuova edizione di Moda Made in Italy che si presenterà con un format espositivo rinnovato e in linea con i trend del settore moda. Dopo il restyling di theMICAM (la manifestazione internazionale del comparto calzaturiero che si svolgerà a Fiera Milano dal 3 al 6 settembre), anche Moda Made in Italy si rinnoverà: un progetto che mira a rispondere alle mutevoli esigenze delle imprese, sempre in continua evoluzione.



## MISURATORE DIGITALE PER CUCITURE



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



**LOVATO**

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

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

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

# 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



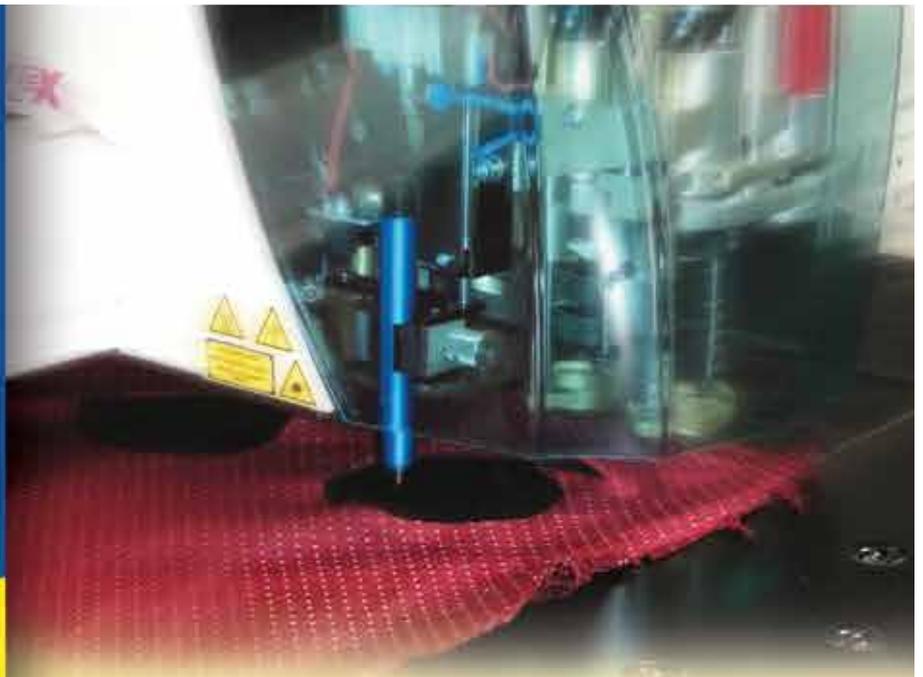
FASCIATURA TACCHI E SUOLETTE - CAMBRATURA TOMAIE  
INCASTRI - MONOBLOCCHIE CUIOIO



**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)

# Giappone, benvenuti nelle terza economia al mondo

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



L'economia giapponese, nonostante il rallentamento dovuto alla recente crisi globale, è molto solida e rimane la terza economia al mondo per prodotto interno lordo, caratterizzata da una forte componente industriale molto attiva nel campo della tecnologia e dalla presenza di un settore dei servizi molto sviluppato. Il Giappone non è però un Paese autosufficiente né dal punto di vista alimentare (l'agricoltura ha un ruolo molto limitato e pesa per appena il 2% dell'economia) né da quello delle materie prime, che devono essere quasi completamente importate. Non è un caso quindi che il commercio con l'estero sia così sviluppato in Giappone e che tradizionalmente i mercati di sbocco dei prodotti giapponesi siano al di fuori dei suoi confini.

Nonostante la grande forza industriale, l'economia giapponese naviga però in acque pericolose da qualche decennio, tanto da essere un caso studiato a lungo dagli economisti per le sue particolarità

e tornato alla ribalta in occasione dell'ultima crisi globale.

I problemi sono iniziati con la crisi dei mercati asiatici negli anni 90: dopo decenni di crescita dell'economia, il crollo della borsa e del mercato immobiliare provocati dalla crisi di molti Paesi asiatici hanno trascinato l'economia giapponese in una situazione nota come "trappola della liquidità". Senza entrare in dettagli tecnici, la situazione che porta alla trappola della liquidità è innescata da una recessione dell'economia: in questi casi i consumi scendono, gli investimenti si bloccano, la produzione industriale cala perché la domanda di beni e servizi è minore e, fattore ancora più pericoloso, l'inflazione si azzerava. L'inflazione, se si mantiene entro livelli accettabili, è positiva: semplificando, in generale la crescita dei prezzi è in buona parte legata alla salute dell'economia perché quando quest'ultima cresce aumenta la ricchezza (ci sono più soldi da spendere quindi i prezzi tendono a salire).

Quando invece l'economia va male la ricchezza complessiva diminuisce e, con meno soldi da spendere in circolazione, l'inflazione scende. Ovviamente se l'inflazione cresce troppo c'è un problema di eccessiva perdita di valore del denaro, quindi il compito delle autorità di un Paese consiste generalmente nel cercare di favorire la crescita dell'economia ma anche nel monitorare il livello dell'inflazione e prendere le misure necessarie per un suo abbassamento se dovesse salire troppo. Il livello dell'inflazione è però molto pericoloso anche quando scende così tanto da diventare addirittura negativo (in questo caso prende il nome di deflazione) perché porta a un cambiamento importante nelle persone che fanno parte dell'economia: non spendono e non investono perché è più conveniente tenere in tasca il denaro. Infatti al contrario dell'inflazione, che fa perdere valore al denaro nel tempo, la deflazione lo fa aumentare: chi fa parte dell'economia diventa quindi riluttante



a spendere, e in questo modo l'economia tende a fermarsi.

Il Giappone si è trovato in questa situazione critica a partire dai primi anni 90: la recessione ha abbassato i consumi e gli investimenti fermando l'economia, e la deflazione ha aggravato il problema. In questi casi le autorità cercano di favorire i consumi e gli investimenti abbassando i tassi di interesse (rendendo più conveniente prendere a prestito il denaro) e rendendo in generale più facile l'accesso alla liquidità, ma ci sono casi come quello del Giappone in cui l'economia non reagisce. In pratica l'economia si trova in una condizione in cui nonostante l'altissima liquidità in circolazione, nessuno spende o investe perché i rendimenti sono troppo bassi o perché aspetta che i prezzi scendano ancora.

Le autorità giapponesi hanno provato a stimolare l'economia in vari modi negli ultimi 30 anni con l'obiettivo di rilanciare i consumi e consentire all'in-

flazione di risalire, ma senza ottenere grandi successi. In particolare il governo giapponese ha effettuato investimenti per miliardi di yen ma l'economia ha continuato a crescere a ritmi molto deboli: per esempio, prendendo in considerazione solo gli ultimi anni, dopo un leggero rialzo nel biennio 2012-2013 (rispettivamente +1,7% e 1,4%), il Pil giapponese è sceso nel 2014 (-0,1%) ed è risalito leggermente nel 2015 (+0,4%). Per il biennio 2016-2017 si prevede una crescita intorno all'1% annuo, ma molti fattori fanno pensare che le previsioni saranno disattese.

Alla scarsa crescita, e quindi anche alla mancanza di una ripresa dei consumi e degli investimenti, si aggiunge poi il debito pubblico del Giappone, che ha raggiunto livelli altissimi, superando il 220% del Pil e continuando a crescere (215% nel 2012, 220,3% nel 2013, 226% nel 2014, 228% nel 2015): l'espansione del debito pubblico è stata causata dai massicci investimenti pub-

blici dei decenni passati per cercare di stimolare l'economia, che però non hanno sortito gli effetti desiderati.

In questa difficile situazione, l'attuale governo ha alzato l'imposta sui consumi dal 5% all'8% (per ottenere un maggiore gettito e cercare di ripagare parte dell'enorme debito accumulato) e ha varato un programma di politica economica con l'obiettivo di far crescere l'economia e di spingere il Paese fuori dalla deflazione e di arrivare a un'inflazione obiettivo del 2%. Tra le misure decise dal governo ci sono un ulteriore aumento della liquidità in circolazione per indebolire (indirettamente) lo yen e favorire le esportazioni, un rilancio degli investimenti pubblici (anche per ricostruire la parte del Paese devastata dallo tsunami) e un articolato pacchetto di riforme di carattere strutturale orientato a rilanciare la crescita nel medio-lungo periodo; l'ambizioso obiettivo del governo è quello di raggiungere una crescita del Pil reale del 2% annuo nel



prossimo decennio. Il processo di riforma e rilancio non si è ancora completato, ma già iniziano i primi ripensamenti, soprattutto per quanto riguarda il ricorso a nuova spesa pubblica per finanziare gli investimenti, perché i primi risultati delle politiche messe in atto non danno i risultati sperati. Gli analisti internazionali, nonostante continuino a ritenere nel complesso solida l'economia giapponese, hanno recentemente abbassato il giudizio sul debito del Giappone, declassato da tutte le agenzie internazionali di rating: i motivi di questa parziale bocciatura sono da ricercare nella mancata ripresa e nell'altissimo debito pubblico, ma anche nello scetticismo degli analisti nei confronti del piano quinquennale di consolidamento fiscale del governo, che ha come obiettivo il raggiungimento dell'avanzo primario del deficit entro il 2020: l'avanzo primario, cioè una differenza positiva tra quanto lo Stato incassa

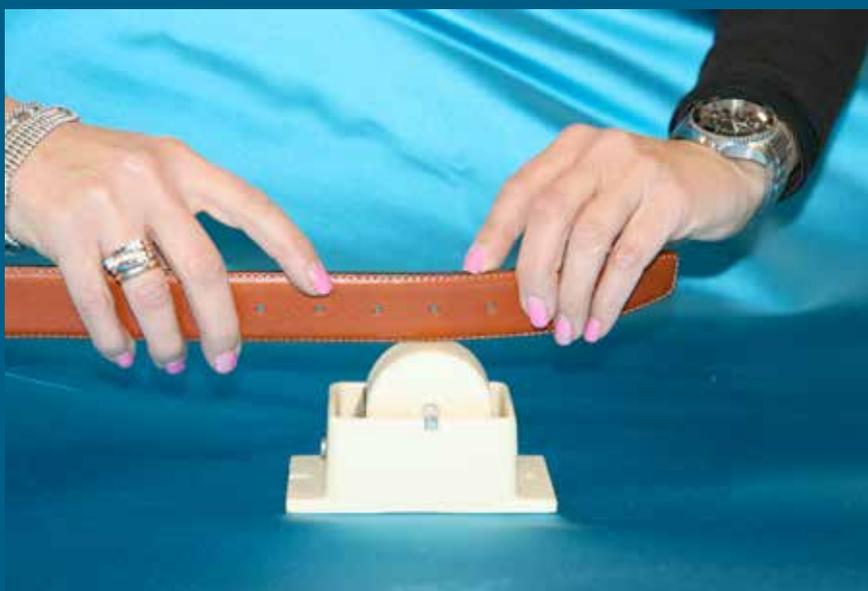
e quanto spende, è condizione essenziale per iniziare a ripagare i propri debiti, ma nel caso del Giappone presuppone una crescita del Pil del 2-3% all'anno nei prossimi anni, e proprio questa previsione viene ritenuta poco probabile. In conclusione l'economia giapponese rimane solida, ma dopo quasi tre decenni di mancata crescita e di un continuo peggioramento dei conti pubblici, non sembra in grado di accelerare e crescere nuovamente in maniera prepotente (almeno non nel breve periodo).

Sul fronte del commercio estero, il Giappone intrattiene intensi rapporti commerciali con diversi partner internazionali e ha una bilancia commerciale tradizionalmente negativa a causa delle maggiori dimensioni dell'import rispetto a quelle dell'export. Gli ultimi dati ufficiali disponibili (2014) mostrano un import pari a circa 619 miliardi di euro e un export pari a circa 515 miliardi di euro. In generale il Giappone è un

mercato estremamente importante per il Made in Italy perché è il secondo mercato al mondo per quanto riguarda i beni di lusso dopo gli Stati Uniti e perché la sua popolazione (che costituisce solo il 3% di tutta la popolazione asiatica) rappresenta circa il 50% di tutta la domanda asiatica di beni di lusso secondo JETRO, l'ente giapponese per la promozione del commercio e degli investimenti. Per questo motivo, in mancanza di un sistema di distribuzione organizzato dei prodotti italiani all'estero, gli enti italiani di promozione e sviluppo del commercio estero favoriscono spesso missioni in Giappone e accordi con le grandi catene di distribuzione giapponesi. Al momento l'Italia figura alla ventottesima posizione tra i Paesi che importano dal Giappone (con un controvalore di 2,5 miliardi di euro nel 2014) e la sesta posizione tra i maggiori esportatori verso il Giappone (con un controvalore di 6,7 miliardi di euro nel 2014).

**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)



# Presentato a villa Sagredo il quinto volume di Luoghi e itinerari della Riviera del Brenta e del Miranese



Villa Sagredo a Vigonovo (Ve)

Lo scorso 11 marzo nella prestigiosa cornice di villa Sagredo a Vigonovo è stato presentato il quinto volume di “Luoghi e itinerari della Riviera del Brenta e del Miranese”, curato, come i volumi precedenti, dall’architetto Antonio Draghi. L’interessante collana è nata e prosegue il suo cammino grazie al sostegno dell’Associazione dei Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana della Riviera del Brenta e con il contributo della Banca di Credito Cooperativo di Piove di Sacco. Significativa l’immagine

di copertina del libro: la riproduzione dell’incisione eseguita nel 1750 da Gianfrancesco Costa di villa Fini-Piva di Dolo: dimora storica che la terribile tromba d’aria dello scorso 8 luglio ha ridotto a un cumulo di macerie. “Una scelta – dichiara la didascalia posta a commento dell’immagine – per ricordarci com’era questa villa veneta auspicandone la sua doverosa ricostruzione”.

Ben sette saggi costituiscono l’opera editoriale: saggi che parlano del territorio, lo indagano e lo descrivono attra-



Villa Foscari a Malcontenta

verso le rigorose indagini archivistiche degli autori.

“Questo quinto volume – ha sottolineato Pasquale di Genaro, Presidente dell’associazione dei Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana della Riviera del Brenta – dà un particolare rilievo all’idrografia del territorio che si sviluppa principalmente lungo l’attuale Naviglio che segue il tracciato della Brenta Antica ma che è solcato da altri corsi d’acqua minori, non meno importanti per le comunità interessate. Esiste, infatti, un forte legame tra la storia delle popolazioni e i corsi d’acqua che, oltre a costituire insostituibile risorsa vitale, sono stati importanti vie di comunicazione e fonte di ispirazione culturale.

Antonio Draghi, con il suo saggio sulle vedute di Gianfrancesco Costa ci conduce alla scoperta dei paesaggi umani della Riviera del Brenta del Settecento immortalati nelle sue incisioni. A seguire, Mauro Manfrin ci racconta altre storie sul bel fiume che contribuirono all’affermazione del mito della Riviera del Brenta, con un saggio ricco di immagini e di vedute anche inedite. Antonio Foscari, in questa seconda parte del suo saggio, continua a raccontarci il faticoso recupero del secolo scorso della ‘fabbrica’ eretta dal Palladio alla Malcontenta. Luca Barban avvia la sua collaborazione con un saggio che descrive la villa Baglioni di Massanzago che ospita una grande sala affrescata dal giovane Giambattista Tiepolo. Loris Vedovato ci illustra il castello di Stigliano nel miranese, un sito che merita di essere studiato e visitato. Gianni Caravello, in questo suo quarto saggio, descrive il corso del fiume Muson e la storia del territorio a esso collegato. Infine, Massimo Benetollo e Pietro Menegus, nel loro breve saggio, intendono portare l’attenzione sull’ultimo tratto del fiume Tergola da Vigonza a Stra”.

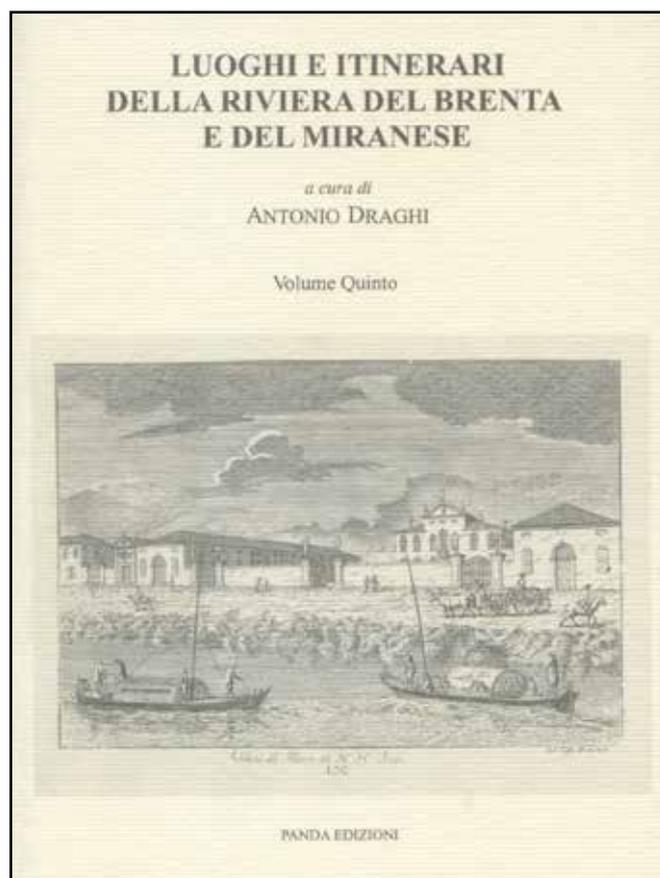
Sull’importanza di tenere viva la cultura della Riviera del Brenta e del territorio, attraverso pubblicazioni di carattere storico ha posto l’accento anche Ivone Cacciavillani, Giurista e Storico di chiara fama. “Occorre – ha posto l’accento Cacciavillani nella prefazione contenuta nel volume – una massiccia opera di apostolato civico presso i nostri giovani: fargli scoprire il territorio dove vivono, farglielo capire perché imparino a gustarlo e quindi a tutelarlo”.

Seguendo i dettami che ispirano l’Associazione dei Cavalieri al Merito della Repubblica Italiana, il libro è promosso nelle scuole del territorio attraverso la distribuzione dei volumi tra gli studenti e con conferenze tenute dai relatori sull’argomento da loro trattato nei vari saggi.

La serata di presentazione del volume ha registrato un grande successo di partecipanti e la presenza di molte autorità: segno tangibile che la cultura, se presentata con intelligenza, può davvero rappresentare un orgoglio e un punto di riferimento per gli abitanti di un territorio, come il nostro, ricco di testimonianze del passato dalle mille sfaccettature.



In alto: il Prefetto di Padova Patrizia Impresa e le autorità presenti. Sopra: Antonio Draghi nel corso della presentazione a villa Sagredo di Vigonovo. Sotto: la copertina del libro



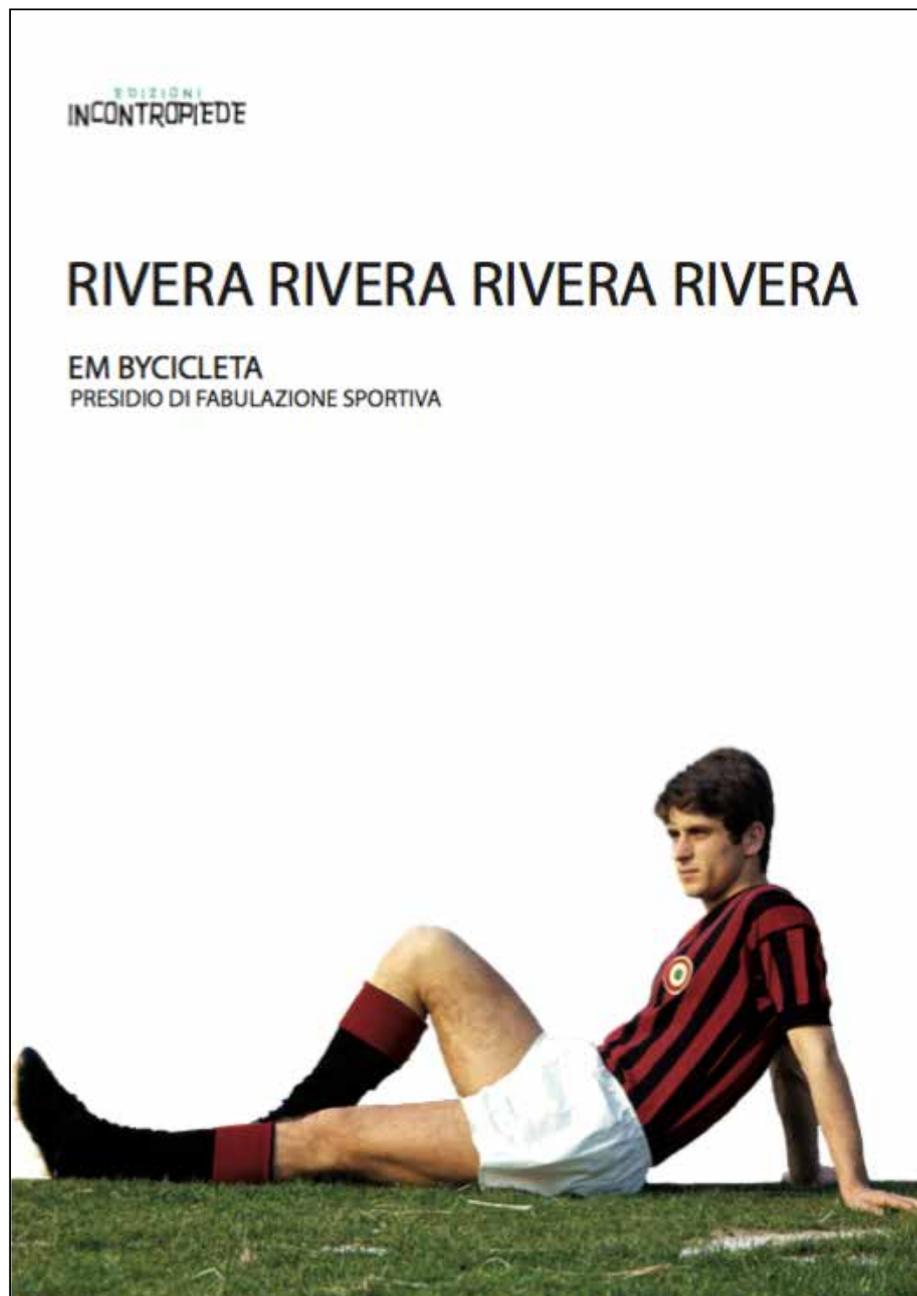
# RIVERA, RIVERA, RIVERA, RIVERA

## 25 RACCONTI PER CELEBRARE L'ABATINO

E' uscita per Edizioni inContropiede un'antologia di racconti su Gianni Rivera. E' così che "Em Bycicleta - Presidio di fabulazione sportiva" decide di salutare i propri lettori per trasformarsi in Rivista Melina, che manterrà in ogni caso lo stesso spirito che per anni ha animato il gruppo. Ma perché proprio un libro sul dieci milanista? La risposta l'ha data tempo fa Alf Ramsey, mitico allenatore dell'Inghilterra mondiale, che alla domanda su chi fossero i quattro giocatori italiani più forti di sempre rispose, lapidario: «Rivera, Rivera, Rivera, Rivera».

Il libro si apre con un articolo di Gianni Brera: "Unendo il proprio destino al Milan fu sempre coerente, non fortunato. Nessuno osa privarsene o mancargli di rispetto. È equilibrato, forse anche saggio. La fama gli si dissolve sul capo come una nube non più molto grata. Non se ne affligge e per questo lo stimo. Forse l'angoscia lo prende sentendosi vecchio per un atleta che invero è stato più artista che atleta: però è composto, schivo, e mai lo dà a vedere. L'ho incontrato l'altra sera presso un amico comune, Ross Galimi. Abbiamo bevuto e conversato a lungo, molto serenamente. Fra i due, a capir meglio l'altro è stato lui. Orrida vecchiezza, ridammi il mio abatino".

Autore del libro è il sodalizio "Em Bycicleta. Presidio di fabulazione sportiva", gruppo nato in un'osteria di Lodi, nel dicembre del 2003. È un nome collettivo che raccoglie 'sognatori e balenghi' uniti in un'idea di sport diversa da quella proposta dallo show-business. Sport come



metafora di vita, fonte di 'favole', nutrimento dei brevi sogni dei poveri che siamo stati, ora che il rischio è di diventare miserabili di mente e di cuore. Racconti di: Gianni Brera, Gianni Bertoli, Biagio Goldstein Bolocan, Alberto Brambilla, Oscar Buonamano, Mimma Caligaris, Silvano Calzini, Gino Cervi, Pinuc-

cio Corsi, Stefano Corsi, Emiliano Fabbri, Stefano Fregonese, Claudio Gavioli, Tino Gipponi, Antonio Gurrado, Andrea Maietti, Carlo Martinelli, Dario Mazzocchi, Valerio Migliorini, Marco Ostoni, Frank Parigi, Darwin Pastorin, Gianni Rossi, Luigi Sampietro, Claudio Sanfilippo, Francesco Savio.



# 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)

**G.I.P.I.**.s.r.l.

Forniture e produzione spazzole  
per calzaturifici.



Via F. Petrarca n.2  
Caldogno 36030  
Vicenza

TEL.: 0444/585035 FAX.: 0444/909091  
E-MAIL.: [gipispazzole@gmail.com](mailto:gipispazzole@gmail.com)

# 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)



## SUOLIFICIO G&B

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

# BELLO. PRATICO. INTELLIGENTE CONTENITORE PER SOLVENTI



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

**Prodotti chimici per calzature e pelli**  
**Shoes and Leather care**

**Adesivi - Tinture - Lucidi - Vernici - Ausiliari**



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

**ADESIVI ALL'ACQUA: Aquaprene -Sevea**  
Specoplast - Aquasintex



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

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

**Vendita componenti per:**

**TRANCIAIATURA**  
**CALZATURE, PELLETTERIE**  
**E CONFEZIONI**

**TRANCERIE, TOMAIFICI, SUOLIFICI**  
**SOLETTIFICI**

**RAPPRESENTANTE**  
**PER IL VENETO**



Lavorazioni Ornamentali  
su Tomaie e Cuciture  
Opanka  
By Milan Carmela

**DISTRIBUTORE SPECIALIZZATO**  
**IN SCHIUMA DI LATTICE**

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

**Futurplastic**

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



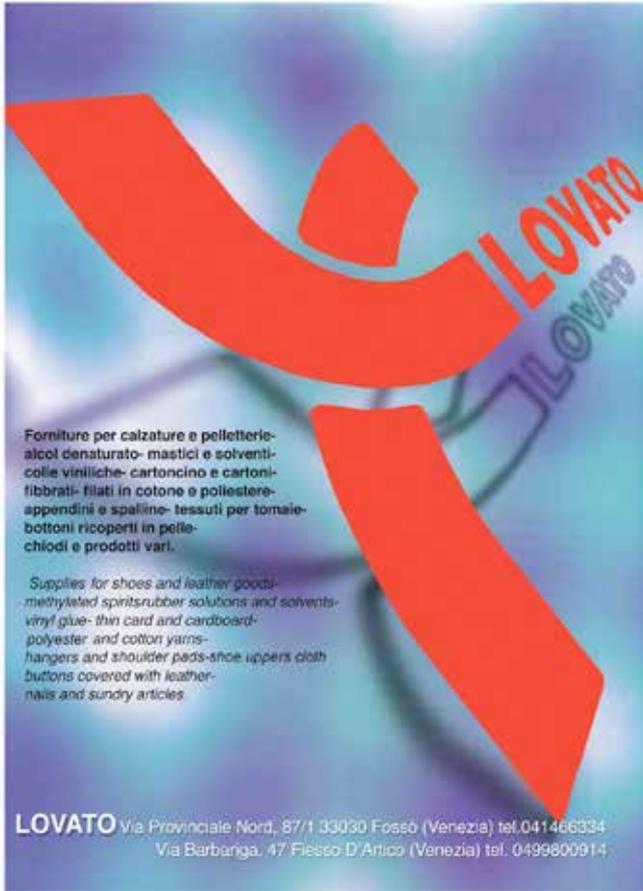
Vicolo Basilicata 11 - 30030 Fossò (VE)  
tel. 041 466048 fax. 041 4165856  
info@futurplastic.com

**LANZI**  
**NASTRIFICIO**

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



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

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

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

# 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)



# mercantino

Business Shoes declina ogni responsabilità per la veridicità o l'esattezza degli annunci pubblicati [business.shoes@libero.it](mailto:business.shoes@libero.it)

Realizzo campioni di borse e piccola pelletteria, Andrea info 340 7926373.

Calzaturificio Riviera del Brenta cerca operaio specializzato per premona e montaggio tel. 049 5846098.

Tomaificio zona Riviera del Brenta cerca orlatrici esperte tel. 348 6954757.

Tagliatore pelle calzature disponibile per lavoro zona Riviera del Brenta tel. 347 5329731.

Vendo n. 3 banchi da tagliatore tel. 339 5982322.

Affitto ufficio di mq.35 a Fossò (Ve) in zona centrale tel. 335 7079070.

Orlatrice zona Riviera del Brenta disponibile per lavoro a domicilio tel. 049 9790312.

Operaio specializzato in varie mansioni calzaturiere disponibile 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 calzaturiere cerca lavoro zona Riviera del Brenta 329 2909186 (Mirco).

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

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 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  
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**

# DUE EROI IN PANCHINA

Roberto Quartarone



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

