

INTERNATIONAL TECHNOLOGY

MACHINES, ACCESSORIES AND COMPONENTS FOR FOOTWEAR AND LEATHER GOODS



► MARKETS

MERCATO

Assomac played an important role in the sector growth
Assomac ha fatto da catalizzatore alla crescita del settore

► ACTUALITY

ATTUALITÀ

Soon available to the general public
Presto anche per il grande pubblico

► FAIRS

FIERE

The most optimistic expectations exceeded
Superate le più ottimistiche aspettative

► MATERIALS

MATERIALI

New items in the Eco Green line
Nuovi articoli nella linea Eco Green

► MATERIALS

MATERIALI

The most recent
I più recenti

► TECHNOLOGY

TECNOLOGIA

The latest
Le più recenti

► NEWS IN BRIEF

Notizie in breve



WE CREATE
YOUR FAV
LEATHER MACHINES

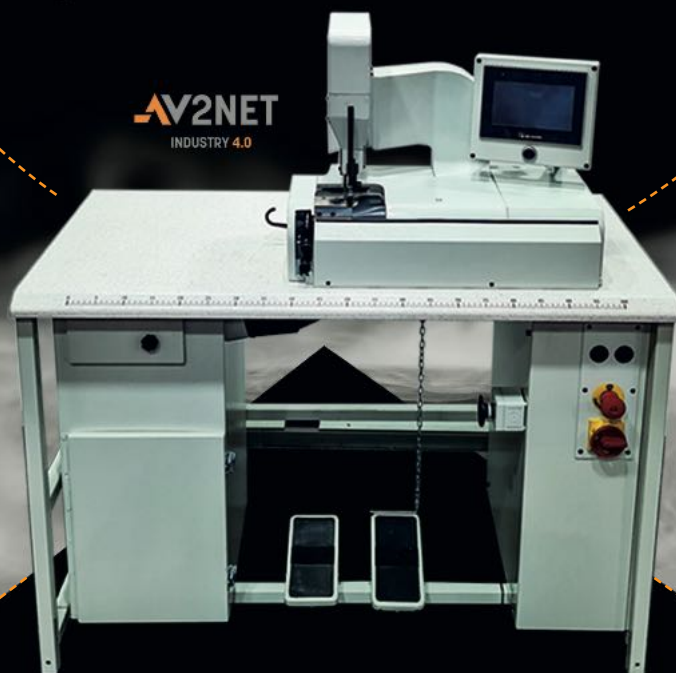


TERMO
SYSTEM

THE NEW WAY TO WORK
THERMOPLASTIC MATERIALS

REGISTERED PATENT

AV2NET
INDUSTRY 4.0



FAV
ALBERTI

Fratelli Alberti S.R.L.

siteinfo@fratellialberti.com - frateallialberti.com

Sustainable and 100% Recycled Sewing Threads




100% FILATI MADE IN ITALY



www.ctpoint.it info@ctpoint.it



SELASTI

S.p.A.

SETTORE LASTRE **STIGO**

Produciamo Lastre E Suole Iniettate In E.V.A.
We Produce Sheets And Injected E.V.A. Soles

Made In Italy

www.selasti.com

50°
ANNIVERSARIO
1968 - 2018



summary



Rivista di tecnologia, materiali, componenti del settore calzature e pelletteria



FRONT COVER

Fratelli Alberti

Via Selene, 16
21100 Varese - Italy
Tel. +39 0332333619
Fax +39 0332326980
siteinfo@fratellialberti.com
fratellialberti.com

BACK COVER

Tecnogi S.p.A.

Via del Vallo 7
28071 Borgolavezzaro (NO)
Tel. +39 0321 88821
Fax. +39 0321 885333
tecnogi.com

Direttore responsabile: Carlo Leoni

Direttore editoriale: Carlo Leoni

Fotografie: Matteo Galuzzi

Traduzioni in inglese: Adriano Donato

Stampa: Grafiche Europa Snc

Via Bodesine 37/a - 26012 Castelleone (Cr)

Abbonamenti e pubblicità:

EDITORIALE DI INFORMAZIONI SETTORIALI s.r.l.

20090 Trezzano S/N (MI) Italy

Via Leonardo da Vinci, 43

Tel. +39 02 48400645 - Fax +39 02 4454324

shoemachinery.com

shoemachineryweb.com

Anno XXXI - n. 1 • Periodico bimestrale

Spedizione in abbonamento postale

Autorizzazione del tribunale di Milano

n. 705 - 30/12/1992

È vietata la riproduzione dei testi e delle immagini senza preventiva autorizzazione.

The unauthorized reproduction of articles, drawings or photographs is strictly prohibited.

▶ MARKETS

mercati

Assomac played an important role in the sector growth

Assomac ha fatto da catalizzatore alla crescita del settore

6

Companies turn to marketing

Le aziende chiamano in campo il marketing

10

The offer capacity is of concern

Preoccupa la capacità dell'offerta

14

A shot in the arm does not suffice. Energy cost is alarming

Una boccata di ossigeno non basta. Il costo dell'energia è preoccupante

16

Non-EU countries become the major customers of Made in Italy menswear

I Paesi extra UE diventano i maggiori clienti del menswear made in Italy

20

▶ ACTUALITY

attualità

The Robbiki district was established thanks to Italy's technological support

Il distretto di Robbiki è nato grazie al supporto tecnologico dell'Italia

22

Sustainability and digitalization the challenges to be addressed

Sostenibilità e digitalizzazione le sfide da affrontare

24

Soon available to the general public

Presto anche per il grande pubblico

26

A sustainable space for any type of event

Uno spazio Sostenibile per ogni tipo di evento

28

▶ FAIRS

fiere

The most optimistic expectations exceeded

Superate le più ottimistiche aspettative

30

▶ MATERIALS

materiali

New items in the Eco Green line

Nuovi articoli nella linea Eco Green

32

The most recent

I più recenti

34

▶ TECHNOLOGY

tecnologia

The latest

Le più recenti

44

▶ NEWS

notizie

News in brief

Notizie in breve

56



FUSSBETT PER CALZATURE

FOOTWEAR ANATOMICAL FOOTBEDS



**Our skill and experience
for the comfort of your feet**

NEW STEP s.r.l. • Via G. Ansaldo, 101-103 • 62012 Civitanova Marche (MC) Italy
Tel. +39 0733 801539 • info@newstepsrl.it • newstepsrl.com

Egypt – The leather-footwear industry looks ahead

Assomac played an important role in the sector growth



► There is plenty of leather in Egyptian industry, and there is plenty of Italy in its present and future development. According to a study made in October 2021 by the Cairo office of Ice Agenzia – an Italian government agency

responding to MAECI (Italian Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation) – the Egyptian leather and footwear industry is the fifth largest for order of importance among the country's industries.

"Currently, the tannery, footwear and leather goods sectors – says Francesco Pagnini, Director of the Cairo office of ICE Agenzia – number 265 medium and large companies, to which, though, over 17,000 companies in the informal sector must be added. The tanning industry is considered one of the oldest in the country, and one that wants to play an increasingly important role in the future". Against an import of bovine hides that amounted to 5 million euro in 2020 (90% from Slovenia), Egypt recorded, in the difficult year 2020 of the pandemic, an export



**Francesco Pagnini,
Director at ICE Cairo**

**primo piano
mercati**

Egitto: l'industria pelle-calzatura guarda al futuro

Assomac ha fatto da catalizzatore alla crescita del settore

► C'è molta pelle nell'industria egiziana; e c'è molta Italia in questo suo sviluppo presente e futuro. Secondo una ricerca di ottobre 2021 condotta dall'Ufficio del Cairo di Ice Agenzia, un'Agenzia del Governo italiano che fa riferimento al MAECI (Ministero italiano Affari Esteri e Cooperazione Internazionale), la filiera industriale della pelle e della calzatura egiziana è la quinta per ordine d'importanza tra le industrie del Paese.

"Attualmente i settori della con-

ceria, calzature e pelletteria -dice Francesco Pagnini, Direttore dell'ufficio del Cairo di ICE Agenzia- contano 265 tra medie e grandi imprese ma a queste vanno aggiunte oltre 17.000 aziende del settore informale. L'industria conciaria viene considerata una delle più vecchie industrie del Paese e nel futuro vuole giocare un ruolo sempre più importante".

A fronte di un import di pelli grezze bovine che nel 2020 ha toccato i 5 milioni di Euro, per il 90% dalla

Slovenia, l'Egitto ha registrato nel 2020, l'anno difficile della pandemia, un export di pellame pari a 41 milioni di Euro (nel 2019 erano stati 67 milioni di Euro). I maggiori Paesi compratori dei pellami, in buona parte grezzi, ma anche in wet blue, sono stati nel 2020 Spagna, Cina, India, Portogallo, Italia e Vietnam.

A questi risultati ha certamente contribuito il completamento del trasferimento delle concerie dal quartiere di Magra el Eioun, situa-

of leather of 41 million euro (in 2019 it amounted to 67 million euro). In 2020, the major buyers of leathers – mostly raw, but also in wet blue – were Spain, China, India, Portugal, Italy, and Vietnam. Contributing to such results was indeed the final transfer of the tanneries from the Magra el Eioun district – located in the center of Cairo – to the modern industrial district of Robbiky (near Cairo), whose existence has been defined as "a true miracle" by ing. Mahumod Mehrez, President of the Cairo Investment and Development Authority. Such operation was possible thanks to the support of Cooperazione Italiana, which between 2004 and 2010 invested around 45 million euro as part of the Italian-Egyptian Debt Conversion Program.

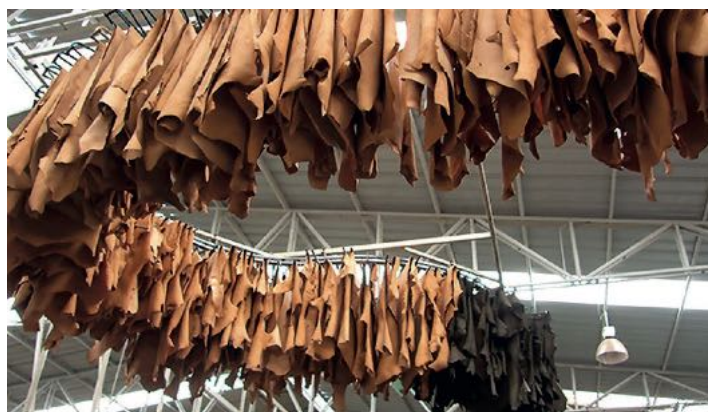
The new tanning industrial district in Cairo began to be talked about as early as 1952, through a decree issued by the Egyptian Prime Minister of the time on November 12th of that year. Afterwards, these slow processes (bureaucracy, discussions with the Cairo tanners aimed at convincing them to move to the new district, etc.) fi-

Egypt 2020 (000 Euro)	IMPORT	EXPORT
Raw and tanned leathers	5,500	41,003
Footwear	80,242	1,689
Leather goods	28,450	0,755

nally accelerated towards the end of the last century when, during a meeting in Cairo, the then Minister of Egyptian industry talked about it with the then Director of Assomac, Amilcare Baccini. Assomac involved the Italian government and the consequent financial support "external" to the

country helped accelerating the project. Two phases have been completed so far, and the third will see the construction of an industrial area dedicated to the relocation of micro and small enterprises in the footwear and leather goods sector.

From leather to shoes. In 2020,



to nel centro del Cairo, al moderno distretto industriale di Robbiky, nei pressi del Cairo, la cui esistenza è stata definita "un vero miracolo" dall'ing. Mahumod Mehrez, Presidente della Cairo Investment and Development Authority. Un'impresa resa possibile grazie al supporto della Cooperazione Italiana, che tra il 2004 e il 2010 ha stanziato circa 45 milioni di Euro nell'ambito del Programma italo-egiziano di Conversione del Debito.

Del nuovo Distretto industriale conciario al Cairo si cominciò a parlare sin dal 1952 attraverso un decreto emanato dal Primo Ministro egiziano di allora il 12 novembre di

quell'anno. Poi questi processi lenti (la burocrazia, la discussione con i conciatori del Cairo per convincerli a trasferirsi nel nuovo distretto etc.) hanno avuto finalmente un'accelerazione alla fine del secolo scorso quando, durante un incontro al Cairo, l'allora Ministro dell'Industria egiziano ne parlò con l'allora Direttore di Assomac, Amilcare Baccini. Assomac coinvolse il Governo italiano e il conseguente supporto finanziario "esterno" al Paese ha fatto da acceleratore al progetto nel suo complesso. Al momento sono state completate due fasi, la terza fase vedrà la realizzazione di un'area industriale dedica-

ta alla rilocalizzazione di micro e piccole imprese del settore della calzatura e della pelletteria.

Dalla pelle alle scarpe. L'Egitto ha prodotto nel 2020 circa 65 milioni di paia di calzature in grande prevalenza per il mercato interno che ha una domanda di 70 milioni di paia. Le esportazioni di calzature egiziane nel 2020 sono state pari a 1,6 milioni di Euro con destinazione principale Italia, Sudan e Spagna. Le importazioni di calzature raggiungono invece livelli più alti: nel 2020 oltre 80 milioni di Euro di cui 55 milioni di Euro dalla Cina. E poi Italia, Vietnam, Turchia e Indonesia.

International
Technology

January
2022



Egypt produced about 65 million pairs of footwear, mostly for the domestic market, which has a demand of 70 million pairs. Exports of Egyptian footwear in 2020 amounted to 1.6 million euro, with the main destination being Italy, Sudan, and Spain. Imports of footwear, on the other hand, reached higher levels: in 2020, over 80 million euro, 55 of which from China. And then Italy, Vietnam, Turkey, and Indonesia. Again according to the study by

ICE Agenzia, in Egypt the footwear sector is divided between small and medium-sized enterprises, which produce between 500 and 2000 pairs per day, and the thousands of micro production units that employ from 5 to 30 workers and supply the local footwear market with low and medium quality products. For the sector development, a private project for the construction of a dedicated industrial area exists – “10th of Ramadan Foot-

wear District”. A dozen companies are already operating in the new area, but another 60 are expected to move there in the near future.

The Egyptian government supported the project both by contributing to the feasibility study and by establishing a loan for a subsidized credit line of approximately 100 million euro for the purchase of machinery repayable in 5 years.

More recently, an agreement was signed between Cooperazione Italiana and the Egyptian Ministry of Industry and Commerce by which Italy allocated another 3 million euro to assist in the development of the Robbiki Technology Center.

The other sectors of the Egyptian leather-footwear supply chain are leather goods and leather clothing. In 2020, leather goods recorded an import of 28.4 million euro (23.4 million from China; 0.9 from Italy; 0.6 from Turkey; 0.6 from Pakistan etc.), and an export of only 750 thousand euros. About sixty companies that produce leather clothing are included. ◀

primo piano mercati

In Egitto, sempre secondo lo studio di ICE Agenzia, il settore calzaturiero è suddiviso tra piccole e medie imprese, che producono tra 500 e 2000 paia al giorno, e le migliaia di micro unità di produzione che impiegano da 5 a 30 addetti e forniscono il mercato locale calzaturiero con prodotti di bassa e media qualità.

Per lo sviluppo del settore c'è un Progetto privato per la realizzazione di un'area industriale dedicata: “Distretto Calzaturiero 10th of Ramadan”. Già una decina di aziende sono già operative nella nuova area ma nel prossimo futu-

ro dovrebbero trasferirsi altre 60 aziende.

Il Governo egiziano ha supportato il Progetto sia contribuendo allo Studio di Fattibilità, sia istituendo una finanziamento per una Linea di Credito agevolata pari a circa 100 milioni di Euro per l'acquisto dei macchinari rimborsabili in 5 anni. Più recentemente è stato siglato un accordo tra la Cooperazione italiana e il Ministero dell'Industria e del Commercio egiziano sulla base del quale vengono stanziati dall'Italia altri 3 milioni di Euro per assistenza allo sviluppo del Centro Tecnologico di Robbiki.

Gli altri settori della filiera pelletteria egiziana sono il pellettero e l'abbigliamento in pelle. La pelletteria ha registrato nel 2020 un'importazione pari a 28,4 milioni di Euro (23,4 milioni da Cina; 0,9 da Italia; 0,6 da Turchia; 0,6 da Pakistan etc.) e un'esportazione pari a soli 750mila Euro. Presenti anche una sessantina di aziende che realizzano produzioni di abbigliamento in pelle.



INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI

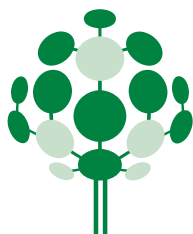
www.forestali.com



forestali@forestali.com

INVISIBLE
POWER

TOE PUFFS, COUNTERS
WATER AND SOLVENT BASED ADHESIVES
MADE IN ITALY SINCE 1918.



INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI SPA



DURABOND



Via F.lli Kennedy, 75 - 20010 Marcallo con Casone (MI) - ITALIA - Tel. (+39)-02-972141 - Fax. (+39)-02-9760158

www.forestali.com • forestali@forestali.com



Russia is still among the top ten world's footwear importers

Companies turn to marketing



market in Russia – the ICE document always says – is estimated at 520 million pairs of shoes (internal production is equal to 18% of the total, official imports are equal to 47%, the difference of 35 % must be sought between production and illegal import)

In the first half of 2021, however, figures are more than positive and a general sensation of recovery is felt. Factories, including those in the leather and footwear sectors, resumed their work. Apparently, the support provided to some extent by the federal authorities, in the form of soft loans to preserve jobs, helped to curb the decline in production and boosted purchases. Another significant sign is that "despite the difficult economic situation, companies have managed to limit layoffs, and are now also investing heavily in marketing with the aim of boosting consumption", concludes the ICE Mosca document.

► "2020 has been a difficult year for all economies worldwide due to the coronavirus pandemic. Russia is no exception. The 2-month company lockdown impacted both the production activities and the purchasing power of consumers." This is what the Italian Government Agency, ICE Agenzia, claims in its note, commenting on the general economic

data and that of the local tanning and footwear industry. Against a total estimated turnover of 1 billion euro per year, 2020 recorded a 5% decrease in the production of hides and leather and 17% for footwear. Due to the pandemic, sales of finished products have dropped by 30 to 50% as well.

"The consumption of the footwear

primo piano mercati

La Russia resta tra i primi dieci importatori mondiali di calzature

Le aziende chiamano in campo il marketing

► "Il 2020 è stato un anno impegnativo per tutte le economie del mondo a causa della pandemia di coronavirus. La Russia non fa eccezione. Il lockdown delle imprese, durato due mesi, ha influito negativamente sia sulle attività produttive sia sul potere d'acquisto della popolazione". Così dice una nota diffusa dall'Ufficio ICE, Agenzia del Governo italiano, a commento dei dati congiunturali generali e di quelli dell'industria conciaria e calzaturiera locale.

A fronte di un fatturato stimato complessivamente in 1 miliardo

di Euro l'anno, il 2020 ha fatto registrare una diminuzione del 5% della produzione di pelli e cuoio e del 17% per le calzature. Inoltre a causa della pandemia le vendite di prodotti finiti sono calate dal 30 al 50%.

"Il consumo del mercato di calzature in Russia – dice sempre il documento di ICE – è stimata in 520 milioni di paia di scarpe (la produzione interna è pari al 18% del totale le importazioni ufficiali sono pari al 47%, la differenza del 35% va cercata tra la produzione e l'import abusivo).

Nel primo semestre 2021, invece,

i dati sono più che positivi e si avverte un sentimento generale di ripresa. Le fabbriche hanno ricominciato lavorare, anche quelle dei settori della pelle e della calzatura. Sembra che il sostegno, prestato in certa misura dalle autorità federali, sotto forma di prestiti agevolati, per preservare i posti di lavoro, abbia consentito di porre freno al calo della produzione e abbia dato impulso agli acquisti. Va sottolineato, infatti, che "nonostante la difficile situazione economica, le imprese sono riuscite a contenere i licenziamenti, ed ora stanno investendo

Figures of the footwear sector

In 2020, the Russian "leather area" and, in particular, footwear obviously suffered from the Covid 19 pandemic crisis; the shoe production (20% of which is in leather), which, in 2019, amounted to 112 million pairs, was 93 million pairs, while exports amounted to 29 million pairs (the main outlet countries were: Kazakhstan, Belarus, Ukraine, Poland, and Kyrgyzstan).

The Russian Federation keeps being a major importer (2.4% of world imports) and a big consumer of shoes (1.7% on a world scale).

Russia, with 256 million pairs of shoes imported, is among the top ten importers worldwide, preceded

molto nel marketing con l'obiettivo di dare impulso ai consumi", conclude il documento di Ice Mosca. In aumento anche la domanda di pelli e cuoio di fabbricazione domestica.

Il settore calzatura in numeri

Nel 2020 la Russia dell'"area pelle" e in particolare della calzatura, ha ovviamente risentito della crisi dovuta al Covid 19: la produzione di scarpe, della quale circa il 20% è in pelle, che nel 2019 era stata pari a 112 milioni di paia, si è attestata su 93 milioni di paia, mentre l'export è stato pari a 29 milioni di paia (i principali Paesi di destinazione sono stati: Kazakhstan, Bielorussia, Ucraina, Polonia e Kyrgyzstan). La Federazione russa continua ad essere un grande importatore

(2,4 % dell'import mondiale) ed un importante consumatore di scarpe (1,7% su scala mondiale).

I dati 2020 indicano, con 256 milioni di paia di scarpe importate, che la Russia è tra i primi dieci importatori a livello mondiale, preceduta da Stati Uniti (1872), Germania (635), Giappone (521), Francia (403), Regno Unito (349), Belgio (290), Italia (270) e seguito da Spagna (244) e Cina (226 milioni di paia). Per quanto riguarda il valore, invece, nel 2020 l'import russo di calzature è stato pari a 2.773 milioni di Euro. Certo non sono i quasi 4000 milioni del 2013, ma è un dato di fatto che dal 2015 l'import calzaturiero è stato in costante crescita sino a tutto il 2019. Circa il 50% dell'import di calzature proviene dalla Cina, seguono Vietnam, Ita-

TEGO

LEATHER GOODS MACHINERY FROM BAGS TO WALLETS



TEIGO 640 DX



TEIGO BIK3



TEIGO R20



TEIGO BIK4



info@tego.it

tegosrl.com

MAIN TRADING PARTNERS

ed by the United States (1,872), Germany (635), Japan (521), France (403), United Kingdom (349), Belgium (290), Italy (270), and followed by Spain (244), and China (226 million pairs).

As for the value, however, in 2020 Russian footwear imports amounted to 2,773 million euro. Obviously, this is not the almost 4,000 million of 2013, but since 2015 the import of footwear has been consistently growing until the end of 2019. About 50% of the footwear import comes from China, followed by Vietnam, Italy, Belarus, Indonesia, Turkey, India, Cambodia, Portugal, and Spain. The average price of the footwear purchased from China is 8.8 euro per pair, that of a Vietnamese pair of shoes is 17.8 euro, and an Italian one is 98 euro – an average price that exceeds the import of an Italian pair of shoes sold in the United States.

Russia is also a good market for leather goods, where imports in 2020, despite the decline due to the pandemic, amounted to 720 million euro. Its main leather goods suppliers are: China, Italy, France, Vietnam, and India.

What about the prospects of the

EXPORT MARKETS	Million USD	Value Share	Million Pairs	Quantity Share	LAST 5 YEARS VARIATION	Million USD
Kazakistan	91	39%	7.5	30%	+ Kazakistan	63%
Belarus	86	37%	7.3	29%	+ Belarus	54%
Ukraine	23	10%	6.3	25%	+ Ukraine	349%
Poland	5	2%	0.2	1%	+ China	—
Kyrgyzstan	4	2%	1.6	6%	- Poland	-45%

IMPORT MARKETS	Million USD	Value Share	Million Pairs	Quantity Share	LAST 5 YEARS VARIATION	Million USD
China	1,360	49%	157.8%	62%	+ Vietnam	72%
Vietnam	368	13%	19.1	7%	+ China	9%
Italy	297	11%	2.3	1%	+ Belarus	219%
Belarus	137	5%	49.3	19%	+ Italy	22%
Indonesia	117	4%	5.1	2%	+ Cambodia	252%

Source: World Footwear 2021 Yearbook

local footwear industry? Still according to ICE Agenzia, the "most interesting development prospects concern specific niches, such as work and casual shoes". Depending on the more general economic difficulties, Russian footwear operators are interested in investing in machinery "to achieve greater automation of industrial processes in cutting and sewing operations, thus leading to a significant increase in productivity."

The leather and footwear machinery import, though, has been

steadily declining since 2015. In 2020, according to data processed by ITC based on statistics by the "Federal Customs Service of Russia", the country imported 7.1 million euro of machinery, 5.3 of which from Italy. Following are China (1.1 million euro), Turkey (259,000 euro), Germany (123,000 euro).

According to a study by ICE Agenzia, overall in Russia, the turnover of the leather industry is made up of 64% by the footwear industry, 32% by the tanning industry, and 4% by bags and leather goods. ◀

primo piano mercati

lia, Bielorussia, Indonesia, Turchia, India, Cambogia, Portogallo e Spagna. Il prezzo medio della calzatura acquistata dalla Cina è pari a 8,8 Euro al paio, quello di una calzatura vietnamita 17,8 Euro, quello di una calzatura italiana di 98 Euro (prezzo medio che supera quello di una calzatura italiana venduta negli Stati Uniti).

La Russia è un buon mercato anche per quanto riguarda la pelletteria, dove l'import nel 2020, malgrado il calo dovuto alla pandemia è stato pari 720 milioni di Euro. I suoi principali fornitori di articoli della pelletteria sono: Cina, Italia, Francia, Vietnam e India.

E le prospettive dell'industria calzaturiera locale? Sempre secondo ICE Agenzia le "prospettive di sviluppo più interessanti riguardano nicchie specifiche, quali le scarpe da lavoro e le scarpe casual". Compatibilmente con le difficoltà economiche più generali, c'è interesse tra gli operatori calzaturieri russi ad investimenti in macchinari "per raggiungere una maggiore automazione dei processi industriali nelle operazioni di taglio e cucitura e portare così ad un significativo aumento della produttività". L'import di macchinari per la pelle e la calzatura è però dal 2015 in costante calo. Nel 2020, secon-

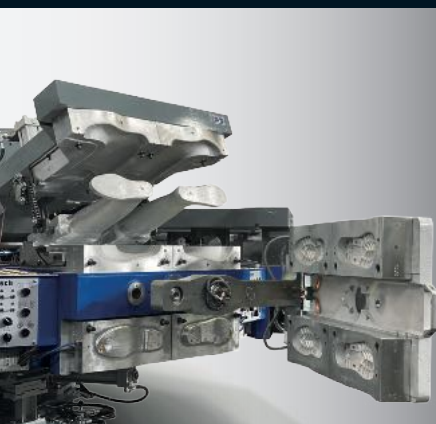
do dati elaborati da ITC sulle base delle statistiche della "Federal Customs Service of Russia", il Paese ha importato 7,1 milioni di Euro di macchinari dei quali 5,3 dall'Italia. Seguono Cina (1,1 milioni di Euro), Turchia (259 mila Euro), Germania (123 mila Euro).

Complessivamente, secondo uno studio di ICE Agenzia, in Russia il fatturato dell'industria della pelle è costituito per il 64% dall'industria calzaturiera, per il 32% dall'industria conciaria e per il 4% da borse e prodotti di pelletteria.

wintech

WLX series

Thermoplastic
safety boots
machine



Italian fashion in 2021 and the prospects for 2022

The offer capacity is of concern



► The business resumption and the policy of gradual opening have allowed an overall economic recovery faster than expected. In Italy, after the euphoria of the first half (GDP +7.6%), growth was robust also in the third quarter (+3.8% compared to the previous year), driven by both domestic demand and exports. The third quarter momentum helped to further reduce the gap with pre-crisis levels. At the end of August

2021, the change in GDP was already +6.1%.

The Italian fashion industry also followed the positive wave of the recovery, with a growth of 19% in turnover in the first 8 months compared to the same months of 2020; however, it was not among the most dynamic industrial sectors – on average the manufacturing industry grew by 26% – and while some sectors have already fully recovered, and in some cas-

es exceeded pre-Covid turnover levels, fashion turnover still remains below pre-crisis levels by around 10%. Such dynamic is reflected in the trend of exports (+22% compared to the first 7 months of 2020), but the level is 9.3% lower than that of the same period in 2019.

The negative impact of BREXIT on Italian fashion exports should also be emphasized. In fact, among the top 40 client countries, 33 re-

primo piano
mercati

La moda italiana nel 2021 e le prospettive per il 2022

Preoccupa la capacità dell'offerta

► Dopo l'euforia del primo semestre (+7,6% il PIL), la crescita del mercato italiano è stata robusta anche nel terzo trimestre (+3,8% rispetto all'anno precedente), trascinata sia dalla domanda interna che dalle esportazioni. Lo slancio del terzo trimestre ha contribuito a ridurre ulteriormente le distanze con i livelli pre-crisi. A fine agosto la variazione del PIL per il 2021 era già del +6,1%.

Anche l'industria italiana della moda ha seguito l'onda positiva della ripresa, con una crescita del

19% del fatturato nei primi 8 mesi rispetto agli stessi mesi del 2020, non è però stata tra i settori industriali più dinamici – in media l'industria manifatturiera è cresciuta del 26% – mentre alcuni settori hanno già recuperato appieno e in qualche caso superato i livelli di fatturato pre-Covid. Il fatturato della moda resta ancora sotto i livelli pre-crisi di circa il 10%. Una dinamica che si rispecchia nell'andamento delle esportazioni (+22% rispetto al 2020 nei primi 7 mesi): -9,3% rispetto lo stesso periodo del 2019.

È inoltre da sottolineare l'impatto negativo della BREXIT sulle esportazioni della moda italiana. Se si considerano i primi 40 paesi clienti, 33 hanno registrato nei primi 7 mesi del 2021 una crescita delle esportazioni a due cifre, 6 a una cifra e solo uno ha registrato un calo, il Regno Unito (-11,2%): 164 milioni di euro in meno rispetto al 2020 e 780 milioni in meno rispetto al 2019.

Archiviata la fase esplosiva ci si interroga su quali vincoli e opportunità possano influenzare la prose-

corded double-digit growth in exports of Italian fashion in the first 7 months of 2021; 6 single-digit; and only the United Kingdom recorded a decline [-11.2%]: 164 million euro of exports less than in 2020 and 780 million less than in 2019.

The market is wondering, though, what constraints and opportunities can affect the continuation of growth in the coming months.

On the demand side, the climate of consumer confidence reassures that the demand for consumer goods will continue, both on the Italian market and on foreign ones.

Concerns relate rather to the capacity of supply to meet growing demand. The causes of such concerns are mainly two: the difficulty of international logistics networks – disruption and shortage of containers, traffic jams in terminals and ports, which, in fashion, is accelerating the phenomena of seeking “shorter” supply chains – and the strong growth of energy prices. Oil (BRENT) fluctuates around 80 euro per barrel (it was 40 USD a year ago). Gas, on which much of the energy pro-

duction in Europe depends, exceeded 100 USD per MW/hour (it was 14 USD a year ago). Inflationary pressures have emerged from this scenario; in fact, since June of this year, consumer price inflation in the EU has exceeded +2% which is the inflation target of the European Central Bank. A phenomenon that could challenge the expansionary monetary policy of the European Central Bank, which was fundamental in supporting the recovery. For now, however, the president of the ECB has reassured, even in the last press conference at the end of October, that the Central Bank does not foresee any changes in the course of expansionary monetary policy. Even though it is expected that the ECP's Pandemic Emergency Purchase Program (PEPP) will be closed in March.

In addition to monetary policy, fiscal policy and public spending will also remain expansive throughout Europe and in most countries, fueling expectations of a still positive 2022, even though not as explosive as 2021. Therefore, 2022 will be a year of growth consolidation also for Italian fashion, whose

turnover could come very close to pre-crisis levels, although perhaps not fully reach them yet. ◀



cuzione della crescita nei prossimi mesi.

Dal lato della domanda, il clima di fiducia dei consumatori rassicura sulla prosecuzione del traino della domanda di beni di consumo, sia sul mercato italiano che sui mercati esteri.

Le preoccupazioni riguardano piuttosto la capacità dell'offerta condizionata da in particolare due fattori: la difficoltà delle reti della logistica internazionale – interruzioni e carenza di container, ingorghi nei terminal e nei porti e la forte crescita dei prezzi dell'energia. Il petrolio (BRENT) oscilla intorno agli 80 Euro al barile, era 40\$ un anno fa.

Il gas, da cui dipende molta della produzione di energia in Europa ha superato i 100 \$ per MW/ora, a ottobre e oggi era intorno a 80 \$, era a 14 \$ un anno fa. Da questo scenario sono emerse spinte inflazionistiche: da giugno di quest'anno nell'UE ha superato il +2% che è il target di inflazione della Banca centrale Europea (fenomeno che potrebbe mettere in discussione la politica monetaria espansiva della Banca Centrale Europea), che è stata fondamentale nel sostenere la ripresa. Per ora, tuttavia, la Banca Centrale non prevede cambiamenti di rotta. Anche se ci si attende che

il Pandemic Emergency Purchase Programme (PEPP) della ECP si chiuda in marzo.

Oltre alla politica monetaria anche quella fiscale e della spesa pubblica resteranno espansive in tutta Europa e in gran parte dei Paesi, alimentando le attese di un 2022 ancora positivo, anche se ovviamente non esplosivo come il 2021. Il 2022 sarà quindi un anno di consolidamento della crescita anche per la moda italiana, il cui fatturato potrà riavvicinarsi di molto ai livelli pre-crisi.

**International
Technology**

January
2022

Made in Italy footwear in 2021

A shot in the arm does not suffice. Energy cost is alarming.



► Regarding the market trend in the first 9 months of 2021, the press release by the association of Italian footwear manufacturers underlines that a double-figure recovery percentage was registered. Well indeed, then! Although we are still very far from the pre-pandemic values, emphasizes the

President of Assocalzaturifici, Siro Badon, who confirmed: "The best results come from exports (+17.6 %), which, driven by international luxury brands, have reached a level close to pre-pandemic one." Furthermore, the exceptional crisis suffered during this pandemic period is marked by numbers with

a minus sign in some very important items; the mortality of businesses, including artisanal ones, led to the closure of 82 companies and the loss of 940 jobs. Even the fund for laid-off workers, although lower than in 2020, remained at extremely high levels (60.8 million hours authorized in the first

primo piano
mercati

La calzatura made in Italy nel 2021

Una boccata di ossigeno non basta. Il costo dell'energia è preoccupante.

► Nel comunicato stampa divulgato dall'associazione dei produttori italiani di calzature, in merito al trend di mercato registrato nei primi 9 mesi del 2021, si sottolinea che il recupero rispetto al 2020 è stato di due cifre percentuali. Quindi, buono! Anche se si è ancora molto lontani dalla dai valori pre-pandemia, sottolinea il Presidente di Assocalzaturifici Siro Badon. Il quale ha confermato: "I risultati migliori vengono dalle

nate dalle griffe internazionali del lusso, si sono attestati in valore a ridosso dei livelli pre-pandemia". La crisi eccezionale, vissuta in questo periodo di pandemia, inoltre, è contrassegnata da numeri con il segno meno in alcune voci importantissime: la mortalità delle imprese, incluse quelle artigianali, ha fatto registrare la chiusura di 82 aziende e la perdita di 940 posti di lavoro. Anche la cassa integrazione, pur inferiore rispetto al 2020, è rimasta su livelli straor-

dinariamente elevati (60,8 milioni di ore autorizzate nei primi 10 mesi, oltre 9 volte più del 2019).

Industria calzaturiera italiana

Il comparto calzaturiero resiste alla crisi e nei primi nove mesi del 2021 segna (per il campione di associati ad Assocalzaturifici intervistato) un recupero a doppia cifra del fatturato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente [+19,5%]. Centro Studi di Confindustria, stima che, nei dodici mesi

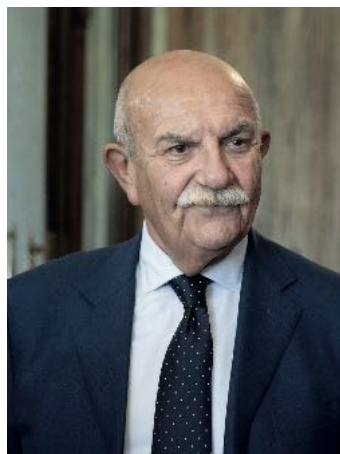
10 months, over 9 times than that in 2019).

Italian footwear industry

The footwear sector endures the crisis and in the first nine months of 2021 – for the sample of Assocalzaturifici associates interviewed – marks a double-digit recovery in turnover compared to the same period of the previous year (+19.5%). In the twelve months of 2021, Centro Studi di Confindustria estimates that the turnover closing will be around +16.2%, with a gap between -10 and -15% compared to 2019 levels. While the majority of companies reported at least a recovery start, the strength of such recovery, however, was not consistent and, in many cases, not enough to cover the losses suffered in 2020. Only 1/3rd of the companies stated they had exceeded, or equaled, in 2021, the January-September pre-Covid turnover levels.

Export

Sector exports went well (overall +17.6% in value and +16.3% in quantity); with the sole exception of the United Kingdom, Japan, and South Korea (which recorded



Siro Badon,
President of Assocalzaturifici

a first slowdown after nine years of uninterrupted growth.) The top 20 outlet markets for made in Italy footwear, in fact, show a positive trend compared to 2020 (almost always with double-digit recovery, at least in value).

"After the 2020's shock, despite a weak third quarter, 2021 has restarted with domestic and foreign demand just above the levels of last year - said the President of Assocalzaturifici. The best results come from exports, which, driven by international luxury brands, are

close to pre-pandemic 2019 levels (-2.7%, albeit with -7% in volume). Trade with France was good (+25% in value over the first 9 months of 2020); Switzerland (+19%); USA (+38%); and China (+50%, compared to +26%, recorded in 2019). Both the European Union and non-EU markets show double-digit increases in value over 2020 (+19% and +16.3%, respectively); but only the former appear to have closed the gap with two years ago. Against a consolidation of the trade balance (+24.6%), a not particularly brilliant trend in domestic consumption was recorded (+10.5% in household purchases, still below 15% compared to 2019), to which a strong suffering of foreign tourists shopping adds."

Domestic market

With regard to household purchases, the breakdown by product segment shows increases in the first 9 months of around +6% in expenditure for classic footwear for men and +10% for women (both items, however, remain below more than -20% compared to the pre-crisis); +7.6% for children's shoes; +14.2% for sports shoes and sneakers

del 2021, la chiusura del fatturato si attesterà intorno al +16,2%, con un gap compreso tra il -10 e il -15% rispetto ai livelli 2019.

Se la maggioranza delle imprese ha segnalato almeno un avvio di recupero, comunque il vigore della ripresa non è stato uniforme e, soprattutto, in molti casi non è stato sufficiente a ripianare le perdite subite nel 2020. Solo 1/3 delle aziende ha dichiarato di aver superato, o eguagliato, nel 2021, i livelli di fatturato di gennaio-settembre pre-Covid.

Export

Bene l'export settoriale (+17,6% in

valore nel complesso e +16,3% in quantità): con la sola eccezione di Regno Unito, Giappone e Corea del Sud (che registra un primo rallentamento dopo nove anni di crescita ininterrotta). I primi 20 mercati di sbocco della calzatura made in Italy, infatti, mostrano un trend positivo rispetto al 2020 (quasi sempre con recuperi a due cifre, almeno in valore).

"Dopo lo shock del 2020, il 2021 nonostante un terzo trimestre fiacco, è ripartito con domanda interna ed estera di poco sopra i livelli dello scorso anno -ha detto il Presidente di Assocalzaturifici. I risultati migliori vengono dalle

esportazioni, che si attestano, trainate dalle griffe internazionali del lusso, a ridosso dei livelli 2019 pre-pandemia (-2,7%, seppur con un -7% in volume). Buoni gli scambi con Francia (+25% in valore sui primi 9 mesi 2020), Svizzera (+19%), USA (+38%) e Cina (+50%, contro il +26%, registrato nel 2019). Sia i mercati dell'Unione Europea che quelli extra-UE evidenziano aumenti a doppia cifra in valore sul 2020 (+19% e +16,3% rispettivamente); ma solo i primi risultano aver appianato il divario con due anni addietro. A fronte di un consolidamento del saldo commerciale (+24,6%), si

International
Technology

January
2022

(with a gap of -7% over 2019); limited increase for slippers (+4.2%), the most popular item during the long lockdown and consequently the closest now to the pre-Covid situation (-2.8%).

The burden of the energy price increase

The analysis made by Confindustria Moda highlights how some factors can hinder the recovery and the return to normality, including – in addition to a new wave of contagions – increases in the prices of raw materials and energy (data updated to 26 November 2021.) The price of natural gas, which had remained reasonable until the first months of 2021, gradually increased starting from May. Now it is the commodity that shows the greatest increase: +430% during this year, that is, the price has increased fivefold. The jump in the price of gas caused a strong spillover effect on oil, which rose from 75 to 84 dollars a barrel in October, after almost pegging that had lasted for several months. The gap in the increases between Europe and the USA is wide: +572% the former and

+144% the latter. This added up to one actual scarcity in the physical market (stocks at their lowest). The increase is partly temporary, partly structural. The World Bank forecast, in fact, states that the price of gas will moderate already in 2022 and will continue to fall in 2023, but remain at the high levels, almost double compared to 2019. Similar declining profile for oil, which features no scarcity on the world market; according to the WB, in 2023 it would return to “equilibrium” levels (65 dollars); the EIA expects a lower profile, at 66 dollars at the end of 2022. Among the main European countries, Italy is the most exposed to the rise in natural gas prices. In 2020, 42% of the total energy consumption in Italy was gas (36% oil), compared to 38% in the UK, 26% in Germany (which uses a lot of coal), 23% in Spain (which relies more on oil), and 17% in France (which relies on nuclear power; BP data.) The significant level reached by renewable sources in Italy (sun, wind, etc.) of 11% of energy consumption (better than 8% in France) is not enough to limit the role of gas

and oil; other EU countries are further ahead in terms of renewable sources (Germany 18%; UK 17%; Spain 15%), with values that make them world leaders. Although Italy is a non-negligible producer of oil and gas, 89% of oil, 94% of gas, 100% of coal are imported. Regarding the other large EU countries: for gas, in Germany the dependence on foreign countries is 95%, in France it is 100%. High consumption and high dependence on foreign countries determine a huge energy bill paid every year by Italy: in 2020 the net energy import was 23.4 billion euro, of which 14.0 for oil and 8.9 for natural gas (UNEM data). In 2021, the jump in prices has certainly worsened it significantly. Energy accounts for 8.3% of the consumption basket; the rise in inflation in 2021 (+3.0% annually recorded in October) was due precisely to the jump in energy prices (+22.9%). As the volumes are difficult to compress, the increased expenditure on energy absorbs resources that families could have channeled to other goods and services, thus slowing the rise in private consumption. ◀

primo piano mercati

rileva una dinamica non particolarmente esaltante nei consumi interni (+10,5% in spesa gli acquisti delle famiglie, ancora al di sotto di un 15% rispetto al 2019), a cui si aggiunge tuttora una forte sofferenza dello shopping dei turisti stranieri”.

Mercato interno

Per quanto riguarda gli acquisti delle famiglie, la disaggregazione per segmento merceologico evidenzia nei primi 9 mesi incrementi attorno al +6% in spesa per le calzature classiche per uomo e del +10% per quelle per donna (entrambe le voci restano però

al di sotto di oltre il -20% rispetto al pre-crisi); +7,6% le scarpe da bambino; +14,2% per le sportive e le sneakers (con un gap del -7% sul 2019); aumento contenuto per la pantofoleria (+4,2%), la tipologia più utilizzata durante il lungo lockdown e conseguentemente la più vicina ora alla situazione pre-Covid (-2,8%).

Il peso del rincaro energetico

L'analisi condotta da Confindustria Moda evidenzia come alcuni fattori possano ostacolare la ripresa e il ritorno alla normalità, tra cui – oltre ad una nuova ondata di contagi – gli aumenti nei prezzi delle

materie prime e dell'energia (dati aggiornati al 26 novembre 2021). Il prezzo del gas naturale, che fino ai primi mesi del 2021 era rimasto contenuto, si è progressivamente impennato a partire da maggio. Ora è la commodity che mostra il rincaro maggiore: +430% nel corso di quest'anno, cioè prezzo quintuplicato. Il balzo del prezzo del gas ha determinato un forte effetto di spillover sul petrolio, salito in ottobre da 75 a 84 dollari al barile, dopo una quasi-stabilizzazione che durava da alcuni mesi. Forte il divario degli aumenti tra Europa e USA: +572% per la prima e +144% per la seconda. Ciò si è sommato

a una effettiva scarsità nel mercato fisico (scorte ai minimi). Il rincaro è in parte temporaneo, in parte strutturale. La previsione di World Bank, infatti, afferma che il prezzo del gas si modererà già nel 2022 e continuerà a scendere nel 2023, ma restando sui livelli elevati, quasi doppi rispetto al 2019. Simile profilo in calo per il petrolio, per cui non c'è scarsità sul mercato mondiale: secondo la WB nel 2023 tornerebbe a livelli "di equilibrio" (65 dollari); la EIA prevede un profilo più basso, a 66 dollari a fine 2022. Tra i principali paesi europei, l'Italia è quello più esposto al rincaro del gas naturale. Il 42% del consumo totale di energia in Italia nel 2020 è stato

il gas (il 36% di petrolio), contro il 38% nel Regno Unito, il 26% in Germania (che usa molto carbone), 23% in Spagna (che si affida di più al petrolio) e 17% in Francia (che conta sul nucleare; dati BP). Il significativo livello a cui sono giunte le rinnovabili in Italia (sole, vento, etc.), pari all'11% del consumo energetico, meglio dell'8% in Francia, non è abbastanza per contenere il ruolo di gas e petrolio; altri paesi UE sono più avanti sul fronte delle rinnovabili (Germania 18%, UK 17%, Spagna 15%), con valori che ne fanno i leader mondiali. Pur essendo l'Italia un produttore non trascurabile di petrolio e gas, risulta importato l'89% del petrolio, il 94% del gas, il 100% del car-

bone. Gli altri grandi paesi UE: per il gas, in Germania la dipendenza dall'estero è del 95%, in Francia è del 100%. Alto consumo e alta dipendenza dall'estero determinano una enorme fattura energetica pagata ogni anno dall'Italia: nel 2020 l'import netto di energia è stato pari a 23,4 miliardi di euro, di cui 14,0 per il petrolio e 8,9 per il gas naturale (dati UNEM). Nel 2021 il balzo dei prezzi lo ha sicuramente peggiorato in misura marcata. L'energia conta per l'8,3% del paniere dei consumi: il rialzo dell'inflazione nel corso del 2021 (+3,0% annuo registrato in ottobre), è stato dovuto proprio al balzo dei prezzi energetici (+22,9%).

Since 1969...

Courage, Reliability in work, Respect of rules and Curiosity for innovation

Respect for colleagues, for suppliers and for Customers

The awareness that a cohesive team works better for itself and for the company

Respect towards Customers to build a long-term partnership

Never stop dreaming, letting dreams come true

Enrico and Rita founded Lamebo on these values and...

...this will be our belief forever!

Gabriella



Non-EU countries become the major customers of Made in Italy menswear



► With 2020 left behind, Italian men's fashion has witnessed a change of pace during 2021: trade with foreign countries is in fact returning positive. From January to July 2021, exports recorded an increase by +16.4%, for a total

of over 3.8 billion euro, while imports grew by 1.7%.

With reference to commercial outlets, it should be noted that both the EU and non-EU areas proved to be favorable for the sector, growing by 25.4% and 9.9%, re-

spectively. The EU market has a 45.1% share of Italian sales in the sector, while the extra-EU becomes the largest "buyer", rising to 54.9% of total exports.

In the period under review, the first outlet market for Made in Ita-

primo piano mercati

Italia: trend della moda maschile nel 2021

I Paesi extra UE diventano i maggiori clienti del menswear made in Italy

► Lasciato alle spalle il 2020, la moda maschile italiana ha assistito ad un cambio di passo nel corso del 2021: il commercio con l'estero torna infatti positivo. Da gennaio a luglio 2021, l'export mette a segno un incremento del +16,4%, per un totale di oltre 3,8 miliardi di euro, mentre l'import cresce del 1,7%.

Con riferimento agli sbocchi commerciali, si sottolinea come sia le aree UE sia quelle extra-UE si siano rivelate favorevoli per il com-

parto, crescendo rispettivamente del 25,4% e del 9,9%. Il mercato UE presenta una quota del 45,1% delle vendite italiane del settore, mentre l'extra-UE diventa il maggior "acquirente" passando a quota 54,9% sul totale dell'export.

Nel periodo in esame il primo mercato di sbocco del menswear made in Italy è risultato la Svizzera, in aumento del 16,6%, seguita da Germania e Francia, rispettivamente +24,8% e +29,7%. L'export

verso gli USA, quarto mercato di riferimento per il settore specifico, evidenzia una variazione positiva, ma su ritmi meno vivaci rispetto ai primi tre mercati, guadagnando il +5,6%. Balza al quinto posto la Cina: le vendite di menswear verso tale mercato crescono del +81,3% rispetto allo stesso periodo del 2020. Sempre in Asia, la Corea del Sud fa registrare un +37,1%.

In controtendenza rispetto al dato medio, il Regno Unito resta in ter-

ITALIAN MEN'S FASHION: FOREIGN TRADE [January-July 2021]

ly menswear was Switzerland, up by 16.6%, followed by Germany and France, +24.8% and +29.7%, respectively. Exports to the USA – the fourth reference market for the specific sector – show a positive change, but at a less lively pace than the first three markets, gaining +5.6%. China jumps to fifth place: menswear sales to this market grew by +81.3% compared to the same period of 2020. Still in Asia, South Korea recorded +37.1%. In contrast to the average figure, the United Kingdom register a negative value, showing a decline of -27.7%. Within the top 15 markets, sales contractions are seen in Japan, which lost 4.5%, and Hong Kong, down by 2.1%.

The other countries, from Spain to the Netherlands, Russia to Belgium, but also Poland and Austria, close the first seven months of 2021 with an increase in imports from Italy between +73.9% and +10.7%.

Beyond the comparison with 2020, the one with the previous year is equally positive for sales to Switzerland, Germany and France, as well as to South Ko-

IMPORT				EXPORT			
Countries of origin	Millions of Euro	Change %	Share %	Countries of destination	Millions of Euro	Change %	Share %
Total	2,542	1.7	100	Total	3,841	16.4	100
of which				of which			
UE 27 post-Brexit	1,145	13.8	45.1	UE 27 post-Brexit	1,730	25.4	45.1
Ex. UE 27 post-Brexit	1,396	-6.4	54.9	Ex. UE 27 post-Brexit	2,110	9.9	54.9
Top 15: suppliers				Top 15: customers			
Bangladesh	316	-6.3	12.4	Switzerland **	473	16.6	12.3
China	289	-20.9	11.4	Germany	430	24.8	11.2
France	245	34.8	9.6	France	415	29.7	10.8
Spain	170	-5.6	6.7	USA	266	5.6	6.9
Romania	159	23.9	6.3	China	260	81.3	6.8
Netherlands	135	24.8	5.3	United Kingdom	241	-27.7	6.3
Tunisia	135	8.7	5.3	Spain	197	13.7	5.1
Turkey	112	15.9	4.4	Japan	157	-4.5	4.1
Germany	97	-5.0	3.8	South Korea	138	37.1	3.6
Belgium	91	11.4	3.6	Hong Kong	138	-2.1	3.6
Albania	67	22.1	2.6	Netherlands	126	12.6	3.3
Vietnam	62	-0.6	2.4	Russia	85	15.4	2.2
Pakistan	60	14.2	2.4	Belgium	76	27.9	2.0
Portugal	59	-1.8	2.3	Poland	71	73.9	1.8
Cambodia	53	-12.4	2.1	Austria	67	10.7	1.7

Source: Confindustria Moda
on ISTAT data
[**] To be considered primarily
logistic and commercial hub.

rea, which largely exceeded the purchase values of Italian menswear products recorded in 2019. In contrast, the US, UK, Spain, and Japan have not closed their gap, yet. About China-Hong Kong, whether the former sees imports greater than 60.5 million compared to that of January-July 2021, the latter shows levels of

over 80 million lower. With regard to Italian imports, from January to July, men's fashion saw decreases from Bangladesh [-6.3%]; China [-20.9%]; and Romania [-5.6%]. Against the trend, the purchases from the Netherlands [+24.8%]; France [+34.8%], and Spain [+23.9%], as well as from Tunisia and Turkey. ◀



ritorio negativo e accusa una flessione pari al -27,7%. Nell'ambito dei primi 15 mercati, contrazioni delle vendite si sono avute in Giappone,

che ha ceduto il 4,5%, e a Hong Kong, in calo del 2,1%.

Gli altri Paesi, dalla Spagna ai Paesi Bassi, dalla Russia al Belgio, ma anche Polonia e Austria, chiudono i primi sette mesi del 2021 con una crescita delle importazioni dall'Italia, compresa tra il +73,9% e il +10,7%.

Al di là del confronto con il 2020, quello con l'anno precedente risulta altrettanto positivo per le vendite verso Svizzera, Germania e Francia, così come verso la Corea del Sud, che hanno superato ampiamente i valori di acquisto di prodotti menswear italiano registrati nel 2019. Al contrario, gli USA, Re-

gno Unito, Spagna e Giappone non hanno ancora colmato il gap. Circa Cina-Hong Kong, se la prima vede un import superiore di 60,5 milioni rispetto a quello del gennaio-luglio 2021, Hong Kong presenta livelli inferiori di oltre 80 milioni.

Relativamente alle importazioni italiane, da gennaio a luglio la moda maschile ha assistito a flessioni da Bangladesh [-6,3%], Cina [-20,9%] e dalla Romania [-5,6%]. In controtendenza gli acquisti da Paesi Bassi [+24,8%], Francia [+34,8%] e dalla Spagna [+23,9%], oltre che da Tunisia e Turchia.

International
Technology

January
2022

Italy-Egypt - Business and industrial relations are growing

The Robbiki district was established thanks to Italy's technological support



► The Italian "leather-footwear industry" is very keen on developing its industrial and commercial relations with Egypt. This is the meaning of the Italian companies' mission held in Cairo on 18th and 19th of October, 2021. A conference on the opportunities for collaboration between Italy and Egypt in the leather supply chain opened the first day of the meeting. Then b2b meetings between Egyptian companies and Italian ones followed. The second day was dedicated to a visit to the

Robbik tanning district, where 213 tanneries which moved from the old industrial site of Magra el Eioun operate.

Twenty-two were the Italian companies in the leather-footwear sector attending the event: Bergi, Bombelli Giancarlo, Ciucani Mocassino Machinery, EL.PA. Service Srl, Huni, Kemia Tau, MacSenior Srl, Newlast Italia Srl, Repico Spa, Seit Elettronica, Biodermol Ambiente Srl, Cerim, Deltacque, Elettrotecnica B.C. Srl, Italprogetti Spa, Lauro Designer,

Main Group Technologies, Next Technology, Tecnotessile Srl, Sait Abrasivi Spa, TMC.

The conference was attended, for Egypt, by Mr. Mahmoud Merez, President of CID (Cairo Investment and Development), General Mohammed El Zallat, President of IDA (Industrial Development Agency), and Mr. Mahmoud Sarg, President of the Leather Export Council. Italy was represented by the new Ambassador, Michele Quaroni, Dr. Martino Melli, Director of the Italian Agency for Development Cooperation, Dr. Francesco Pagnini, Director of the Cairo Office of Ice Agenzia, and Mr. Roberto Vago, Director of Assomac.

In his speech, Mr. Mahmoud Merez underlined the importance of the Robbiki district, created thanks to the technological support of Italy, which is the seventh supplier of the country, after China, Saudi Arabia, USA, Germany, Turkey, and Russia. ◀

primo piano
attualità

Italia-Egitto: crescono le relazioni commerciali e industriali

Il distretto di Robbiki è nato grazie al supporto tecnologico dell'Italia

► L'industria italiana della "filiera pelle-calzatura" è molto interessata a sviluppare le sue relazioni industriali e commerciali con l'Egitto. È questo il senso della missione delle imprese italiane svoltesi al Cairo il 18 e 19 ottobre 2021. Il primo giorno dei lavori si è aperto con un Convegno sulle opportunità della collaborazione tra Italia ed Egitto nella filiera della Pelle, a cui sono seguiti incontri be to be tra le imprese egiziane e le imprese italiane presenti. Il secondo giorno, invece, è stato dedicato ad una visita al Distretto conciario di Robbik, dove

sono attive 213 concerie trasferite dal vecchio sito industriale di Magra el Eioun.

Ventidue le aziende italiane del settore pelle-calzatura presenti all'evento: Bergi, Bombelli Giancarlo, Ciucani Mocassino Machinery, EL.PA. Service Srl, Huni, Kemia Tau, MacSenior Srl, Newlast Italia Srl, Repico Spa, Seit Elettronica, Biodermol Ambiente Srl, Cerim, Deltacque, Elettrotecnica B.C. Srl, Italprogetti Spa, Lauro Designer, Main Group Technologies, Next Technology, Tecnotessile Srl, Sait Abrasivi Spa, TMC.

Al Convegno hanno partecipato, per l'Egitto, Mr. Mahmoud Merez, Presidente del CID (Cairo Investment and Development), il Generale Mohammed El Zallat, Presidente di IDA (Industrial Development Agency) e Mr. Mahmoud Sarg, Presidente del Leather Export Council. L'Italia è stata rappresentata dal nuovo Ambasciatore Michele Quaroni, il Dr. Martino Melli, Direttore dell'Agenzia italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, il Dr. Francesco Pagnini, Direttore dell'Ufficio del Cairo di Ice Agenzia e l'ing. Roberto Vago, Direttore di Assomac.



A **new** generation of **metal** items.



MLM MAZZOLA srl

Via Roma, 57/b - 21039 Valganna (VA)
Tel. +39 0332 719841 • Fax +39 0332 719660
mlmitalia.it • info@mlmitalia.it

Assomac – The sector Made in Italy technology held out against the Pandemic impact

Sustainability and digitalization the challenges to be addressed



► During the annual meeting of ASSOMAC (Association of manufacturers of technologies for footwear, leather goods and tannery), the near-future scenario that the Italian mechanical industry will have to face to remain competitive in the international panorama of the sector was highlighted. Among the main challenges facing entre-

preneurs are the commitment to environmental sustainability and the transition to the digitalization of production processes. Numbers were also expressed during the meeting, where a reassuring picture emerged despite the difficult situation created by the pandemic. The report presented by Assomac, in fact, showed

that the Italian industry of tannery, footwear and leather goods machinery had a turnover of 440 million euro, with an export value of about 70% of production and a trade surplus of 284.2 million euro.

In addition to the leaders of the association, the Minister for Regional Affairs Mariastella Gelmini, the President of Assolombarda, Alessandro Spada, and the President of the OTB Group, Renzo Rosso, attended the event.

Maria Vittoria Brustia, President of Assomac, said: "As an engineer, I believe that today we cannot simply speak of resilience as a return to the original state – change is taking place and it is irreversible. For this reason, at my first Meeting as President, we discussed with the fashion supply chain on the transition that we must implement to restart, which is based on two main points: digital and sustainability. As global challenges need shared, but mostly concrete and prompt responses".

primo piano
attualità

Assomac: la tecnologia made in Italy del settore ha retto a l'impatto con la Pandemia Sostenibilità e digitalizzazione le sfide da affrontare

► Nel corso dell'assemblea annuale di ASSOMAC (Associazione dei costruttori di tecnologie per calzature, pelletteria e conceria) si è sottolineato lo scenario del prossimo futuro che l'industria meccanica italiana dovrà affrontare, per rimanere competitiva nel panorama internazionale del settore. Tra le principali sfide che aspettano gli imprenditori figurano l'impegno verso la sostenibilità ambientale e il passaggio alla digitalizzazione dei processi produttivi. Nel corso dell'incontro si è parlato

anche di numeri, e ne è emerso un quadro rassicurante, nonostante la difficile situazione creata dalla Pandemia. Nel rapporto presentato da Assomac, infatti, è emerso che l'industria italiana delle macchine per conceria, calzature e pelletteria ha fatturato 440 milioni di euro, con un valore dell'export pari a circa il 70% della produzione e un saldo commerciale pari a 284,2 milioni di euro. Sono intervenuti all'evento, oltre ai vertici dell'associazione, il ministro per gli Affari regionali Ma-

riastella Gelmini, il Presidente di Assolombarda Alessandro Spada e il Presidente del Gruppo OTB Renzo Rosso.

Maria Vittoria Brustia, Presidente di Assomac, ha detto: "Da ingegnere quale sono, ritengo che oggi non possiamo parlare semplicemente di resilienza come ritorno allo stato originario: il cambiamento è in atto ed è irreversibile. Per questo, alla mia prima Assemblea come Presidente, abbiamo discusso con la filiera della moda sulla transizione che dobbiamo attuare e che



**Maria Vittoria Brustia,
President of Assomac**

"It is thanks to the strength and adaptability of our companies to the great global challenges that we kept the field - declared Alessandro Spada, President of Assolombarda. "We are now facing a double challenge: the green transition and that of the production processes. In this direction, the 2022 Budget Law extends the tax credit for capital goods until 2025; a good sign for our companies that can thus plan investments in innovation and digitalization with stability over time". Renzo Rosso, President of the OTB Group and delegate of 'Confindustria per Eccellenza, Bellezza e Gusto dei Marchi Italiani (Confin-

dustria for Excellence, Beauty and Taste of Italian Brands) said: "Most of the luxury world's production takes place in Italy and 70% of the turnover of luxury companies comes from accessories: bags, shoes, leather. It is essential that the fashion sector team up to enhance Made in Italy and our supply chain, focusing on innovation and sustainability. This is what I am trying to do also through my role as a Confindustria delegate - promoting Italian beauty and excellence".

Mariastella Gelmini, Minister for Regional Affairs and Autonomies, said: "For a real restart, the measure already approved by the Council of Ministers, and which will now begin its parliamentary path, will be fundamental - this is an expansive budget law, which aims to cut taxes, to accompany growth and to vigorously support businesses. At the same time, we will have to implement the National Recovery and Resilience Plan and initiate reforms that can no longer be postponed". ◀



è basata su due punti centrali: il digitale e la sostenibilità su cui puntare per ripartire. Perché le sfide globali richiedono risposte condivise, ma soprattutto concrete e tempestive".

"È grazie alla forza e capacità di adattamento delle nostre imprese alle grandi sfide globali che siamo rimasti in partita - ha dichiarato Alessandro Spada, Presidente di Assolombarda. Ora abbiamo di fronte una duplice sfida: la transizione green e la transizione digitale dei processi produttivi. In questa direzione la Legge di Bilancio 2022 proroga il credito di imposta per i beni strumentali fino al 2025: un buon segnale per le nostre impre-

se che possono così programmare gli investimenti in innovazione e digitalizzazione con stabilità nel tempo".

Renzo Rosso, presidente del Gruppo OTB e delegato Confindustria per Eccellenza, Bellezza e Gusto dei Marchi Italiani, ha dichiarato: "La maggior parte della produzione del mondo del lusso avviene in Italia e il 70% del fatturato delle aziende del lusso proviene dagli accessori: borse, scarpe, pelle. È fondamentale che il settore della moda faccia squadra per valorizzare il Made in Italy e la nostra filiera, puntando su innovazione e sostenibilità. È quello che sto cercando di fare anche tramite il mio ruolo

di delegato di Confindustria: promuovere la bellezza e l'eccellenza italiana".

Mariastella Gelmini, ministro per gli Affari regionali e le autonomie, ha dichiarato: "Nei prossimi mesi, per una vera ripartenza, sarà fondamentale la manovra già approvata dal Consiglio dei ministri e che adesso inizierà il suo percorso parlamentare: sarà una legge di bilancio espansiva, che punterà al taglio delle tasse, per accompagnare la crescita e per supportare in modo vigoroso le imprese. Di pari passo, dovremo attuare il Piano nazionale di ripresa e resilienza e dare il via a riforme non più rinviabili".

**International
Technology**

January
2022

Shoemaster® - The first tailored-made shoes for Italian sailors

Soon available to the general public



► The technology of Shoemaster® – an Atom Group's brand specialized in innovative 3D CAD platforms for the design and integrated planning of footwear – is the protagonist of a real revolution for the world of sports footwear. The Shoemaster® systems, in fact, made it possible to create the first tailored, 3D-developed shoe for

the Italian sailors, who participated in the Tokyo 2020 Olympics. The shoe was developed with the athletes Ruggero Tita – winner of the gold with Caterina Banti in Nacra 17 – Giacomo Ferrari and Giulio Calabrò. A unique project, carried out thanks to the partnership with OLICOR – which, with the U-SAIL brand, has been the official

supplier of the Italian Sailing Federation since 2013 – and developed by an extraordinary pool of qualified Italian companies, which have worked in close synergy. Using three-dimensional scanning systems, it was possible to capture and import the morphology of each individual athlete's

primo piano
attualità

Shoemaster®, realizzati i primi calzari su misura per i velisti italiani

Presto anche per il grande pubblico

► È protagonista di una vera e propria rivoluzione per il mondo delle calzature sportive la tecnologia di Shoemaster®, brand del Gruppo Atom specializzato in piattaforme CAD 3D innovative per il design e la progettazione integrata di calzature.

Grazie ai sistemi Shoemaster®, è stato infatti possibile realizzare il primo calzare su misura sviluppato con tecnologia 3D per i velisti italiani che hanno partecipato alle Olimpiadi di Tokyo 2020. Il calzare è stato messo a punto con gli atleti Ruggero Tita – vincitore, in

duo con Caterina Banti, dell'oro nel Nacra 17- Giacomo Ferrari e Giulio Calabrò. Un progetto unico, portato avanti grazie alla partnership con OLICOR – che con il marchio U-SAIL è dal 2013 fornitore ufficiale della Federazione Italiana Vela – e sviluppato da un pool straordinario di qualificate imprese italiane, che hanno operato in stretta sinergia. Tramite sistemi di scansione tridimensionale, è stato possibile catturare e importare in Shoemaster® CUSTOM, sottoforma di dati 3D, la morfologia del piede di ogni singolo atleta, per realizzare una forma

su misura. In una seconda fase, il modello 3D del calzare dalla forma standard è stato trasferito automaticamente alla nuova forma personalizzata, sempre utilizzando la tecnologia offerta dal potente software di progettazione 3D e 2D Shoemaster® ENGINEER.

Il risultato è stato la creazione di calzari altamente performanti, capaci di sfruttare al massimo le caratteristiche della suola brevettata di U-SAIL e di garantire un elevatissimo grip e una calzatura perfetta, merito della totale aderenza del modello alla morfologia del piede dell'atleta.

foot into Shoemaster® CUSTOM, in the form of 3D data, to create a tailor-made last. In a second phase, the 3D model of the shoe from the standard last was automatically transferred to the new customized last, always using the technology offered by the powerful Shoemaster® ENGINEER 3D and 2D design software.

The result was the creation of high-performance shoes, capable of making the most of the characteristics of the patented U-SAIL sole and guaranteeing a very high grip and a perfect fit, thanks to the total adherence of the model to the morphology of the athlete's foot.

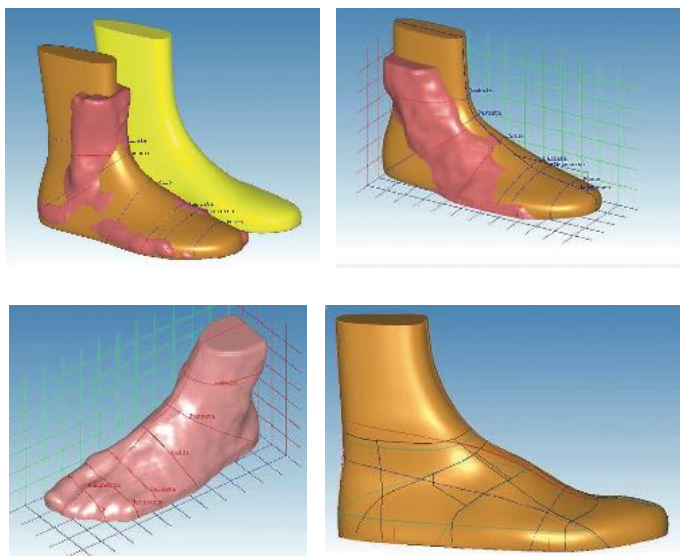
This product features a high technical value and it is embellished by the work of artist Roberto Coda Zabetta, who created the fabric printed on the shoes worn by athletes; the award-winning paint-



er and traveler-explorer, author of an organic painting that interprets the color dynamics and the rhythmic strength of the shape, reminds with his work that creativity remains a fundamental aspect in footwear design, even in a project, like this one, with a strong technological component.

A new frontier is thus opening up for sports footwear, which, thanks to the strong push towards the digitalization of traditional processes made possible by 3D CAD technologies, can achieve an ever higher level of technical performance.

These shoes – which are a result of a teamwork of Made in Italy excellence that partly contributed to the achievements of the Italian sailing team in Tokyo 2020 – are a proof of the goodness of the project and the technologies used, and soon will be available to the general public, too. ◀



Un prodotto dall'alto valore tecnico impreziosito dall'opera di Roberto Coda Zabetta, che ha realizzato il tessuto stampato sui calzari indossati dagli atleti: l'artista, pittore pluri-premiato e viaggiatore-esploratore, autore di una pittura organica che interpreta le dinamiche del colore e la forza ritmica della

forma, ricorda con la sua opera che la creatività rimane un aspetto fondamentale nel design delle calzature anche in un progetto, come questo, con una forte componente tecnologica.

Si apre dunque una nuova frontiera per le calzature sportive, che grazie alla forte spinta verso la

digitalizzazione dei processi tradizionali, consentita delle tecnologie CAD 3D, possono raggiungere un sempre più elevato livello di performance tecniche.

A dimostrazione della bontà del progetto e delle tecnologie usate restano questi calzari – che a breve saranno resi disponibili anche al grande pubblico – frutto di un lavoro di squadra di eccellenze del Made in Italy, che hanno in parte contribuito ai risultati sportivi raggiunti della nazionale di vela italiana a Tokyo 2020.

**International
Technology**

January
2022

ISO 20121 certification for "Stazione Leopolda"

A sustainable space for any type of event



► The Stazione Leopolda in Florence is one of the first Italian locations to achieve the ISO 20121 international certification – issued on 30 September, 2021 – for the organization and sustainable management of private and open to the public events.

"An exceptional result, achieved despite the difficulties linked to the health emergency, which confirms the commitment and sensitivity of Pitti Immagine and

Stazione Leopolda towards environmental issues and respect for resources, people and their work", comments Agostino Poletto, sole director of Stazione Leopolda and general manager of Pitti Immagine.

ISO 20121 is the international standard of sustainable management of events developed by the ISO committee. It sets the basic principles valid worldwide for which an event, a location or a ser-

vice provider can be considered to be environmentally, economically and socially sustainable.

The process for the achievement of certification by Stazione Leopolda, started in 2020; it was supported and managed by Punto 3 and Blumine, two leading companies in consulting for sustainable development. It was a structured path, which lasted more than 12 months and involved all levels of the organization and which led the internal staff to acquire specific skills. The certification was issued after verification by the Rina certification body, accredited by Accredia for ISO 20121, and will be valid for three years, with annual fulfilment checks.

"The path towards certification has further improved the activities of Stazione Leopolda and those of suppliers and customers," concludes Agostino Poletto "and will now lead the location to prepare a continuous cycle of performance improvement, which will make it an increasingly innovative platform for sustainable events." ◀

primo piano
attualità

Certificazione ISO 20121 per "Stazione Leopolda"

Uno spazio Sostenibile per ogni tipo di evento

► La Stazione Leopolda di Firenze è una delle prime location italiane a conquistare la Certificazione internazionale ISO 20121 – rilasciata il 30 settembre 2021 – per l'organizzazione e la gestione sostenibile degli eventi aperti al pubblico e privati.

"Un risultato eccezionale, conseguito nonostante le difficoltà legate all'emergenza sanitaria, che conferma l'impegno e la sensibilità di Pitti Immagine e di Stazione Leopolda verso le tematiche ambientali e il rispetto delle risorse, delle persone e del loro lavoro",

commenta Agostino Poletto, amministratore unico di Stazione Leopolda e direttore generale di Pitti Immagine.

ISO 20121 è lo standard internazionale di gestione sostenibile degli eventi sviluppato dal comitato ISO. Fissa i principi base validi in tutto il mondo per i quali un evento, una location o un fornitore di servizi possono dirsi sostenibili a livello ambientale, economico e sociale. L'iter per il conseguimento della certificazione da parte di Stazione Leopolda, avviato nel 2020, è stato supportato e gestito da Pun-

to 3 e Blumine, due realtà leader nella consulenza per lo sviluppo sostenibile. Si è trattato di un percorso strutturato, durato più di 12 mesi, che ha coinvolto tutti i livelli dell'organizzazione e che ha portato lo staff interno ad acquisire competenze specifiche. La certificazione è stata rilasciata dopo una verifica da parte dell'ente di certificazione Rina, accreditato Accredia per la ISO 20121, e avrà una validità triennale, con verifiche di mantenimento annuali.



Luigi Carnovali s.a.s.

ECCOMATERIALS

RENEWABLE RAW MATERIALS

RECYCLED PLASTICS - NO WASTE

HOT MELT TECHNOLOGY SOLVENT FREE
0 EMISSION

Futurmoda (19-20 October, 2021 – Alicante, Spain)

The most optimistic expectations exceeded



► Futurmoda, the Spanish fair that showcases materials and technologies at the source of footwear and leather goods, exceeded all the sector players' expectations. In terms of exhibitors, in fact, the number of attendees was very close to that of the last pre-pandemic edition. The turnout of visitors was also more than satisfactory, with moments of intense participation, including the presence of foreign operators from

Spain, Italy, France, the United Kingdom, Germany, Belgium, Poland, Israel, Russia, and the United States. The business outcome of the event – which allowed to consolidate relationships with customers and lay the foundations for expanding business opportunities – was also good.



José Antonio Ibarra, President of Futurmoda, said: "The opening of the fair was great uncertainty, but now we are very satisfied with the trend we have registered. After a year and a half of pandemic, we were able to meet in person and it was an edition that exceeded our

expectations. And this despite the already known absences of foreign companies from Brazil, Mexico and countries that consider the appointment with Futurmoda a strategic step for their businesses."

Manuel Roman, President of the AEC (Spanish Association of Com-

ponent and Machinery Companies for the Footwear and Leather Goods Industry), expressed his thanks to the organizers for their efforts in ensuring the success of this edition; the exhibitors, who – despite the uncertainty of the moment – trusted

an event in the fair international calendar that represents a must; and last but not least the visitors, who – with their presence – gave a fundamental contribution to the sector business. The next edition of Futurmoda will be held on 9th and 10th of March, 2022. ◀

primo piano
fiere

Futurmoda (19-20 ottobre 2021 - Alicante Spagna)

Superate le più ottimistiche aspettative

► Futurmoda, fiera spagnola che mette in mostra i materiali e le tecnologie a monte della calzatura e della pelletteria, ha superato le aspettative di tutti gli attori del settore. Sul fronte degli espositori, infatti, il numero delle presenze è stato molto vicino a quello dell'ultima edizione pre-pandemia. Più che soddisfacente anche l'affluenza dei visitatori che ha avuto momenti di intensa partecipazione, e ha visto anche la presenza di operatori stranieri da Spagna, Italia, Francia, Regno Unito, Germania, Belgio, Polonia, Israele, Russia e Stati Uniti.

Bene anche il bilancio commerciale dell'evento, che ha permesso di consolidare i rapporti con i clienti e porre le basi per ampliare le opportunità di business.

Il Presidente di Futurmoda, José Antonio Ibarra, ha detto: "L'apertura della fiera era una grande incognita, ma ora siamo molto soddisfatti del trend che abbiamo registrato. Dopo un anno e mezzo di pandemia, abbiamo potuto incontrarci ed è stata un'edizione che ha superato le nostre aspettative".

Manuel Roman, Presidente dell'AEC (Associazione spagnola delle im-

prese di componenti e macchine per l'industria calzaturiera e pelletteria), ha ringraziato gli organizzatori, per il lavoro che ha portato al successo di questa edizione, gli espositori che, nonostante l'incertezza del momento, hanno dato fiducia ad un appuntamento che nel calendario internazionale delle fiere rappresenta un appuntamento obbligato e non da ultimi i visitatori, che con la loro presenza hanno dato un contributo fondamentale al business del settore. La prossima edizione di Futurmoda si terrà il 9 e 10 marzo 2022.

RECYCLED MATERIAL FROM LEATHER SHAVINGS

MATERIALE RICICLATO DA RITAGLI DI SCARTI DI PELLE

GRS CERTIFIED

PRODOTTI ALFA

RECYCLED BONDED LEATHER

C.T. Point – The company's investment policy is still focused on sustainability

New items in the Eco Green line



► C.T. Point, a company known internationally for the production of sewing threads, braids, etc., used in the footwear and leather goods sector, keeps growing while aiming to strengthen its overall reality as a Green Company: a company that keeps its gaze fixed on corporate profit, without losing sight of the obligatory phases that lead to industry 4.0 and represent a model for environmental sustainability. The recent agreement with QUANTIS, an international business consultancy company, specialized on Green Economy issues, in fact, aims to accelerate this process and optimize all resources, both human and economic. One of the first steps faced, thanks to this collaboration, was the development of a rational and feasible roadmap, which leads C.T. Point to focus on high priority issues and then to act at the right pace. The various steps of this path also include the dialogue with the stakeholders; the mapping of the Corporate Footprint; the scientific targets; and a detailed program concerning communication, inter-

primo piano materiali

C.T. Point: la politica degli investimenti prosegue nella direzione della sostenibilità

Nuovi articoli nella linea Eco Green

► La C.T. Point, azienda conosciuta a livello internazionale per la produzione di filati cucirini, trecce, ecc., impiegati nel settore della calzatura e della pelletteria, continua il suo percorso di crescita puntando a rafforzare, sotto tutti gli aspetti, la sua realtà di Green Company: mantenere lo sguardo fisso sul profitto aziendale, senza perdere di vista le fasi obbligate che portano all'industria 4.0 ed a rappresentare un modello per la

sostenibilità ambientale. Il recente accordo di collaborazione con QUANTIS, società internazionale di consulenza aziendale, specializzata sui temi propri della Green Economy, infatti, ha come obiettivo quello di accelerare questo processo e di ottimizzare tutte le risorse, sia umane sia economiche. Uno dei primi step affrontati, grazie a questa collaborazione, è stata la messa a punto di una tabella di marcia razionale e fat-

tibile, che porta la C.T. Point a concentrarsi su questioni ad alta priorità e quindi ad agire al ritmo giusto. Tra i diversi passaggi di questo percorso, figurano anche il dialogo con gli Stakeholders, la mappatura del Corporate Footprint, i target scientifici e un programma dettagliato che riguarda la comunicazione, interpretata come scienza e non come aspetto emotivo.

Sul fronte della sostenibilità,

preted as a science and not as an emotional aspect.

In terms of sustainability, the company, which in recent years has put the "Eco Green" line (high tenacity polyester sewing threads, which are produced using the recycling of post-consumer plastic waste) on the market, takes a further step in forward by introducing the Blake Eco Green and Kent Eco Green products. The first is a woven thread in 100% recycled polyester, while the latter is a twisted thread, also in 100% recycled polyester; both these items are suitable for sewing soles with

Blake, Rapid or specific models for Goodyear processing. The suggestion for these types of threads is to use semi-waxed threads for the welt and waxed ones for the bottom. Furthermore, the Eco Green line adds to the previous products made by the company, with the aim of giving an effective response on the issue of environmental sustainability; PFC FREE (Perfluorocarbons) in the WATER PROOF version, both in the polyester and polyamide yarns, and Solvent FREE in the BONDING line, both in the single-ply yarn and the three-ply one.

The vocation to invest

Recently, C.T. Point has implemented two yarn dyeing plants. One is a 4-boiler machine, and the other is an innovative digital technology. Both these investments are specifically intended to meet the growing demand for 100% recycled yarns. These investments were followed by others destined for various production departments.



l'azienda, che negli ultimi anni ha messo sul mercato la linea "Eco Green" (cucirini in poliestere ad alta tenacità, che vengono prodotti utilizzando il riciclo di rifiuti plastici post-consumo), compie un ulteriore passo in avanti introducendo i prodotti Blake Eco Green e Kent Eco Green. Il primo è un filo intrecciato in poliestere riciclato al 100%, mentre il secondo è un filo ritorto, sempre in poliestere riciclato al 100%: entrambi questi articoli sono indicati per la cucitura di suole con macchine modello Blake,

Rapid o i modelli specifici per la lavorazione Goodyear. Il suggerimento per queste tipologie di fili è di impiegare i semi-cerati per il guardolo e i cerati per il fondo. La linea EcoGreen, inoltre, affianca i precedenti prodotti già realizzati dall'azienda con l'obiettivo di dare una risposta efficace sul tema della sostenibilità ambientale: PFC FREE (Perfluorocarburi) nella versione WATER PROOF, sia nel filato poliestere che poliammide, e Solvent FREE nella linea BONDING, sia nel filato monocapo che nei tre capi.

La vocazione a investire

Recentemente C.T. Point ha introdotto in azienda due impianti per la tintura del filo. Uno è una macchina con 4 caldaie, mentre l'altro è una tecnologia digitale innovativa. Entrambi questi investimenti sono destinati in modo specifico a soddisfare la crescente richiesta dei filati 100% riciclati. A questi investimenti ne sono seguiti altri destinati a diversi reparti di produzione.

International
Technology

January
2022

The most recent

The proposals presented in these pages are some of the latest items from the part of the industry operating upstream of the finished product.



► SELASTI

Sports shoes should be functional, comfortable, and support and soften feet and joint impacts. If recycled correctly, even a material like microporous E.V.A. is a resource from which new items – featuring resistance, softness, lightness and an even higher flexibility than the original material – can come to life. Until now, shoes made with recycled materials aimed at reducing the environmental impact, but had to

trade-off in terms of color choice. Thanks to G SIDE, this limit has been removed. In fact, it is now possible to choose a recycled material even in the monochromatic version. Selasti laboratory research efforts and consistent experimentation enabled to obtain the quality standards of the other items, creating a recycled material completely monochromatic, not only on its surface but also inside.

G SIDE can be used for the production of both heel and wedge-heel sheets, or in the injection version of the ELITE

line (G SIDE-E). The company's goal of decreasing the amount of waste material and reducing the volumes of processing waste has led to optimizing the production cycle and giving a concrete response in terms of environmental sustainability.



primo piano materiali

Rassegna materiali 2022

I più recenti

► SELASTI

Una calzatura sportiva deve essere funzionale, comoda, sostenere ed attutire l'impatto del piede e delle articolazioni. Anche un materiale come la microporosa E.V.A., se riciclato in modo corretto, diventa una risorsa da cui possono prendere vita nuovi articoli con caratteristiche di resistenza, morbidezza, leggerezza e flessibilità perfino superiori a quelle del materiale iniziale. Fino ad ora, una scarpa realizzata con materiale riciclato si proponeva di ridurre l'impatto ambientale,

ma doveva venire a compromessi con una limitazione nella scelta di colori. Con G SIDE questo limite è stato superato. Oggi, infatti, è possibile scegliere un materiale riciclato anche in versione monocolor. Grazie al lavoro di ricerca e alla continua sperimentazione del laboratorio Selasti si è riusciti a ottenere gli standard qualitativi degli altri articoli, realizzando un materiale riciclato che è completamente monocolor, non solo in superficie ma anche al suo interno. G SIDE può essere utilizzato sia per la realizzazione di lastre a

tacco che a zeppa, oppure nella versione a iniezione della linea ELITE (G SIDE-E). L'obiettivo aziendale di diminuire il quantitativo di materiale di scarto e di ridurre i volumi di rifiuti della lavorazione ha portato ad ottimizzare il ciclo produttivo e a dare una risposta concreta in termini di sostenibilità ambientale.

► PRANEM

Due le novità presentate dall'azienda toscana specializzata nello studio e nella produzione di materiali altamente performanti, per la

Le proposte presentate in queste pagine rappresentano alcune delle ultime novità dell'industria che opera a monte del prodotto finito.

PRO
WEAVE
fabrics reimagined

**PUSH YOUR LIMITS
REACH YOUR POTENTIAL**

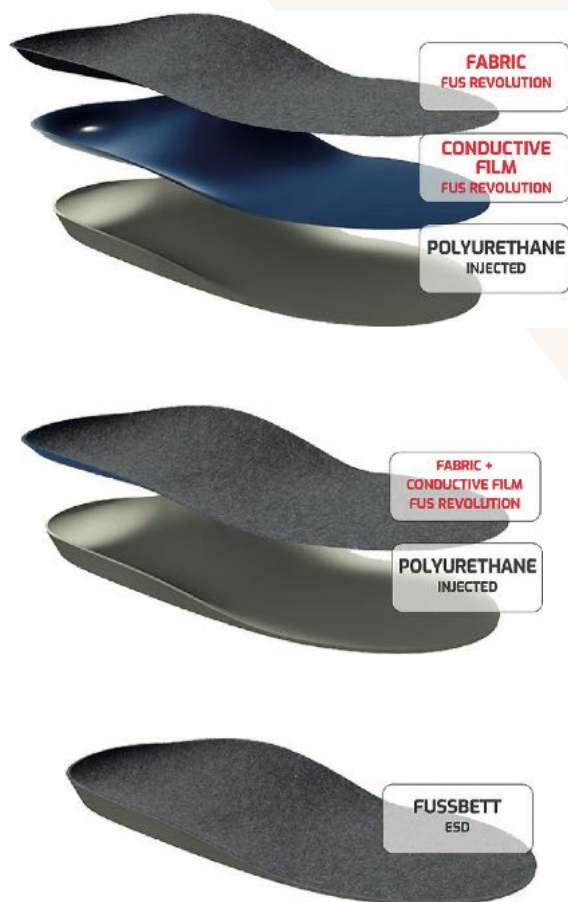
REIMAGINE THE WORLD:

www.texon.com/proweave

proweave@texon.com



Texon 



PRANEM

Two novelties have been introduced by the Tuscan company specializing in the development and production of high-performance materials, for the production of work shoes, and more generally safety and military footwear.

The first of these items is FUS, a knitted fabric based on synthetic yarns with also steel yarns inside. This product has been studied for the production of the 'fussbett'.

A film applied on the reverse side of the fabric blocks the passage of the polyurethane during the injection phase, and is also conductive in the presence of 12% relative humidity, according to the CEI EN 61340-5-1:2016 standard regarding footwear with Electrostatics Discharge (ESD) features. The conductivity of the fabric remains unchanged over time, and this feature makes it particularly suitable for the electronics industry, where every slightest imperceptible electrostatic discharge could damage the devices.

Generally, to convert an injected fussbett insole from insulating to conductive, a seam with conductive yarn in the base of the insole



is applied. This type of processing has some drawbacks, especially when using "anti-perforation" fabrics as a lasting midsole. Furthermore, over time, the stitching could compromise the comfort of the shoe and its very conductive capacity.

The second novelty presented by Pranem is the article STEP 2500: this is a conductive fabric based on polyamide [Global Recycle Standard-GRS] with a carbon yarn inside. This material, like the previous FUS, meets the requirements of footwear complying with the ESD regulations. The main feature of STEP is that it is made with recycled yarns, in line with the needs of an environmental-friendly production. Thanks to its high resistance to abrasion, STEP can be used both as lining and insole. Always for ESD type work footwear.



primo piano materiali

realizzazione di calzature da lavoro e più in generale destinate alla sicurezza, incluse quelle militari. Il primo di questi articoli è FUS, un tessuto a maglia a base di filati sintetici con al suo interno anche filati in acciaio. Questo prodotto è stato studiato per la produzione del fussbett.

Il film che viene applicato sul rovescio del tessuto blocca il passaggio del poliuretano durante la fase di iniezione, ed inoltre è conduttivo in presenza del 12% di umidità relativa, secondo la norma CEI EN 61340-5-1:2016 che riguarda la calzatura con caratteristiche Electrostatics Discharge (ESD).

La conduttività del tessuto si mantiene inalterata nel tempo, una caratteristica che lo rende particolarmente indicato nell'industria elettronica, dove ogni minima impercettibile scarica elettrostatica può danneggiare i devices.

Solitamente per trasformare un soletto iniettato fussbett da isolante a conduttivo, si applica una cucitura con filato conduttivo nella pianta del soletto. Questo tipo di lavorazione presenta alcuni inconvenienti, soprattutto quando si utilizzano come intersuola di montaggio i tessuti "antiperforazione". La cucitura, inoltre, nel tempo, potrebbe compromettere

il comfort della scarpa e la sua stessa capacità conduttiva.

L'altra novità presentata da Pranem è l'articolo STEP 2500: tessuto conduttivo a base di poliammide [Global Recycle Standard-GRS] con al suo interno un filato in carbonio. Questo materiale, come il precedente FUS, risponde alle esigenze richieste per una calzatura in linea alla normativa ESD. La caratteristica principale di STEP è quella di essere realizzato con filati riciclati, in linea con le esigenze di chi si adopera per una produzione che rispetta l'ambiente. Grazie alla elevata resistenza alla abrasione, STEP può essere utiliz-

LINEAPELLE

INTERNATIONAL LEATHER FAIR



SUMMER 23 • WORLD WIDE LEATHER



► ABITALIA

Among the most innovative products from the company appear tapes and fabrics with particularly high quality standards.

The first are produced using materials such as: cotton, nylon (light or heavy), cotton-blend nylon, polyester (light or high-tenacity), paper (crepe or smooth), glass wool, and nonwoven fabrics of different kinds. Double-sided tapes, on the other hand, are made of traditional nonwoven materials, polyester, and PVC. The kind of adhesive used on tapes are: hot melt, water based, simple or modified acrylic, natural or synthetic rubber latex ones.

In recent years, the range of reinforcing fabrics has also been expanded, and now it spans from Jersey to very light cotton, back-brushed articles and nylon items. The latter, much in demand for the processing of bags and other leather goods products, are produced in different thicknesses, including high mechanical stress ones. The line of nylon fabrics also includes tear-resistant materials. The reinforcing fabrics can be customized with logos or various designs, and the adhesive – in both normal and thermo-adhesive versions – can be spread on one side or both. A product specifically designed for the production

of bags is also available among the offerings of the company. This is a nylon fabric coupled to the bonded leather, or used as a core between two layers of bonded leather.

Besides all of this, there is Takseal®, an adhesive tape that used with the dispenser projected by themselves, facilitates the temporary bonding of small components before sewing, avoiding the use of mastics or double-sided tapes. The special formulation of the micro-dot glue makes the placement or any replacement easier in case of any errors, and avoids waste of time due to the leakage or filaments of more liquid glues.



primo piano materiali

zato come fodera e come soletto. Sempre per calzature da lavoro di tipo ESD.

► ABITALIA

Tra i prodotti più innovativi presentati dalla firma figurano nastri e tessuti con standard dalla qualità particolarmente elevata. La tipologia dei nastri prevede la linea con adesivo su una sola superficie e quella dei biadesivi.

La prima è prodotta impiegando materiali quali: cotone, nylon (leggero o pesante), nylon misto cotone, poliestere (leggero o ad alta tenacità), carta (crespa o liscia), lanavetro e tessuti non tessuti

in fibre di diverso genere. I nastri biadesivi, invece, vengono realizzati in TNT tradizionale, in poliestere e in PVC. I collanti impiegati per adesivizzare i nastri sono: gli hot melt, i base acqua, gli acrilici semplici o modificati, il lattice di gomma naturale o sintetica.

Negli ultimi anni è stata ampliata anche la gamma dei tessuti di rinforzo, che oggi spazia dai Jersey alle tele in cotone molto leggere, sino agli articoli garzati e i nylon. Questi ultimi, molto richiesti per la lavorazione di borse e di altri articoli della pelletteria, vengono prodotti in diversi spessori, inclusi quelli in grado di resistere a sol-

lecitazioni meccaniche elevate. La linea dei tessuti in nylon comprende anche i materiali antistrappo. I tessuti di rinforzo possono essere personalizzati con logo o disegni vari, possono essere spalmati su una sola superficie o su entrambe, sia nella versione adesiva che termoadesiva. Tra le proposte dell'azienda figura anche un prodotto studiato appositamente per la produzione della borsa, si tratta di un tessuto di nylon accoppiato alla salpa o impiegato come anima tra due strati di salpa. A tutto questo, si affianca Takseal®, un nastro adesivo impiegato da transfer del collante.

FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN



® ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



SPRING SUMMER - 2023

09 - 10 MARCH 2022

**INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS**

WWW.FUTURMODA.ES



#futurmoda

IFA INSTITUCIÓN
FERIAL
ALICANTINA

www.feria-alicante.com

aec
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



Ajuntament d'Elx
Promoció Econòmica

GENERALITAT
VALENCIANA
CONSELLERIA DE ECONOMIA SOSTENIBLE,
SECTORS PRODUCTIUS, COMERCIO I TREBALL

► LUIGI CARNEVALI

Leading company in the production of reinforcing materials for the footwear and leather goods sector, Luigi Carnevali keeps being committed to the virtuous path of environmental sustainability. For several years, in fact, chemical products considered particularly harmful to the environment have been excluded from the production cycle of the supply chain, a choice that over time has become increasingly restrictive and has involved all its suppliers. Among the latest proposals presented by the company on the occasion of A New Point of View 2021, there is a new microfiber produced with recycled fibers.

CERTIFICATES AND DOCUMENTARY EVIDENCE

Carnevali provides documentation of this commitment, making the results of laboratory tests and all the certifications necessary to confirm the quality and compliance with the various international standards available to the customer.

FROM PACKAGING TO SHIPPING

Indeed, the sustainability process



does not end with the product. Special attention is also paid to the packaging and materials, which, in addition to ensuring a low-impact, must be recyclable. Furthermore, the choice of suppliers relatively

close to their operational headquarters allows optimizing the logistics, traceability, and timing of the production cycle steps.

NEW PRODUCTS

Carnevali's 'green' aspect is also reflected in a new sample collection, which includes families of fabrics produced with recycled materials. These are high-performance items, which are consistent with the company's policy aimed at the circular industry logic.



primo piano materiali

► LUIGI CARNEVALI

Azienda leader nella produzione di materiali di rinforzo per il settore della calzatura e della pelletteria, la Luigi Carnevali prosegue il suo impegno nel percorso virtuoso della sostenibilità ambientale. Già da diversi anni, infatti, sono stati esclusi dal ciclo di produzione della filiera quei prodotti chimici considerati particolarmente dannosi per l'ambiente, una scelta che nel tempo è diventata sempre più restrittiva e ha visto coinvolti tutti i suoi fornitori. Tra le ultime proposte presentate dall'azienda in occasione di A New Point of View 2021, figura una nuova microfibra prodotta con fibre riciclate.

Certificati e prove documentali

La Carnevali fornisce la documentazione di questo impegno, mettendo a disposizione del cliente i risultati dei test di laboratorio e tutte le certificazioni necessarie a confermare la qualità e la conformità alle diverse normative internazionali.

Dall'imballaggio alla spedizione

Il processo della sostenibilità non finisce certo con il prodotto. Particolare attenzione è dedicata anche all'imballaggio e ai materiali impiegati, che, oltre ad assicurare un basso impatto ambientale, devono essere obbligatoriamente

riciclabili. La scelta di fornitori relativamente vicini alla propria sede operativa, inoltre, permette di ottimizzare la logistica, la tracciabilità e i tempi delle fasi del ciclo di produzione.

► PIDIGI

Tra le novità dell'azienda figura l'acquisizione delle certificazioni GRS [Global Recycle Standard] e FSC® [Forest Stewardship Council]. La prima, promossa da Textile Exchange, garantisce l'impiego di materiali riciclati, la tracciabilità del processo produttivo [Supply Chain Requirements], le restrizioni nell'uso dei prodotti chimici [Chemical Requi-



APLF LEATHER

30 MAR - 1 APR 2022

DUBAI

World Trade Centre

APLF



informamarkets

www.aplf.com

E: sales@aplf.com



► PIDIGI

The acquisition of the GRS (Global Recycle Standard) and FSC® (Forest Stewardship Council) certifications are among the company's latest innovations. Promoted by Textile Exchange, the GRS certification guarantees the use of recycled materials; the production process traceability (Supply Chain Requirements); restrictions on the use of chemical products (Chemical Requirements); and compliance with environmental and social criteria (Environmental and Social Requirements)

at all stages of the supply chain. Today, most of Pidigi linings and reinforcements are eco-sustainable, and this concerns the materials for both footwear and leather goods. The FSC® certification regulates the production and distribution of cellulose-based materials, including fiberboard cartons, and guarantees that the company applies a correct management of the production and sales cycle to protect forests, also ensuring the traceability of products resulting from it.



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI

Following the principles of sustainability and circular economy, ICF is committed to use its chemical skills in the recovery of cellulose acetate from cigarette butts. This will then be used for the production of new thermoplastic materials for products of luxury brand, which increasingly care to use materials generated by sustainable resource reuse. The Group has already made operational the service for the sepa-

rate collection of material for subsequent recovery and reuse as a thermoplastic material.

Marcello Taglietti, COO (Chief Operating Officer) of Industrie Chimiche Forestali, said:

"This initiative has the dual advantage of reducing the environmental impact of a waste product, while producing new materials for the luxury market. With a view to circular economy and application of ESG principles, ICF is

committed to transforming waste into a resource with high economic potential."



primo piano materiali

rements) e il rispetto di criteri ambientali e sociali (Environmental and Social Requirements) in tutte le fasi della filiera produttiva.

Oggi la maggioranza delle fodere e dei rinforzi di Pidigi sono eco-sostenibili, e questo riguarda sia i materiali per la calzatura sia per la pelletteria. La seconda certificazione regola la produzione e distribuzione di materiali a base di cellulosa, inclusi i cartoni fibrati, e garantisce che l'azienda applica una corretta gestione del ciclo di produzione e di vendita a tutela delle foreste, assicurando, inoltre, la tracciabilità dei prodotti che ne derivano.

► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI

Seguendo i principi di sostenibilità e di economia circolare, ICF mette in campo il proprio impegno e le competenze chimiche nel recupero di acetato di cellulosa da mozziconi di sigaretta, impiegandolo per la produzione di nuovi materiali termoplastici destinati a prodotti luxury brand, sempre più attenti ad utilizzare materiali generati dal riutilizzo sostenibile delle risorse. Il Gruppo ha già reso operativo il servizio per la raccolta differenziata del materiale per il successivo recupero e riutilizzo come materiale termoplastico. Marcello Taglietti, COO (Chief Ope-

rating Officer) di Industrie Chimiche Forestali, ha dichiarato:

"Questa iniziativa ha il duplice vantaggio di ridurre l'impatto ambientale di un prodotto di scarto e simultaneamente produrre nuovi materiali destinati al mercato del lusso. In un'ottica di economia circolare e applicazione dei principi ESG, ICF si impegna a trasformare un rifiuto in una risorsa ad alto potenziale economico."



PRESSURE SENSITIVE TAPE SOLUTIONS THAT STICK OUT FROM THE REST

Our custom tape products protect,
splice, mask, insulate, transfer,
reinforce, and seal challenges
in many markets.



ABITALIA Inc
Via Breda, 11/B Zona Ind. A
62012 Civitanova Marche (MC)
Tel. 0733 801086 - Fax. 0733 897637
www.abitaliainc.it - info@abitaliainc.it



IDEAL TAPE Co
1400 Middlesex Street,
Lowell, MA 01851
Ph. 800-284-3325 - Fax. 978-458-0302
www.abitape.com



AMERICAN BILTRITE FAR EAST Inc.
17 Joo Koon Crescent
Singapore 629016
Tel: (65) 6897 8327 - Fax: (65) 6897 8326
www.abitape.com - sales@abfe.com.sg

The latest

► The very latest product technologies that stand out for innovation, production flexibility and simplicity.



In order to optimize the operators' tasks, the company established the GTO Academy division, which delivers training courses, during which they learn printing techniques and the latest innovations in terms of footwear decoration and its components: sneakers, shoe-sock, boots, heels, soles, and insoles.



► GTO

With the introduction of its latest machine for the customization and finishing of different products, including footwear, the company completes its Tampolamina® range of machines. This model, named Tampolamina Maxi Hug, is a patented system featuring a pad capable of wrapping the object being decorated up to 180°, which enables the application of transfers on surfaces of different materials and shapes.

Easy to use, and particularly fast in the operation, Tampolamina Maxi Hug creates decorations with gold, silver and luminescent glitter effects of considerable chromatic intensity.



primo piano tecnologia

Rassegna tecnologica 2022

Le più recenti

► GTO

L'azienda completa la gamma Tampolamina® presentando l'ultima novità in fatto di macchine per la personalizzazione e finitura di svariati prodotti, inclusa la calzatura. Il modello in questione è Tampolamina Maxi Hug, un sistema brevettato, che, grazie alla possibilità del tampone di avvolgere fino a 180° l'oggetto da decorare, permette l'applicazione di transfer su superfici di materiale differente e dalla forma più svariata.

Di facile impiego, e particolarmente veloce nell'esecuzione del lavoro,

Tampolamina Maxi Hug realizza decorazioni con effetti oro, argento e glitter luminescenti di notevole intensità cromatica. Per ottimizzare il lavoro dell'operatore è stata costituita la Gto Academy, una divisione dell'azienda che organizza corsi formativi, durante i quali si apprendono le tecniche di stampa e le ultime novità in fatto di decorazione sulle calzature e i suoi componenti: sneakers, scarpe a calzino, stivali, tacchi, soles e solette.

► MAINGROUP TECHNOLOGIES

Tra le novità presentate al Simac

2021 figura un sistema IoT di dosaggio automatico dei materiali, sviluppato insieme a Technetronic e a PET Solutions, che mescola materiale vergine e materiale riciclato. Questo sistema permette ai brand di ottenere dati precisi e certificati sulla quantità di materiale riciclato presente nelle suole, oltre a migliorare la qualità del prodotto finito. Sigma 300 T offre invece una soluzione per l'incollaggio delle suole capace di unire alte performance, tecnologia all'avanguardia e grande affidabilità. Il sistema 3D permette di identifica-

Le ultimissime proposte in campo tecnologico si distinguono per innovazione, flessibilità produttiva e semplificazione gestionale.



▶ MAINGROUP TECHNOLOGIES

An IoT automatic material dosing system, which mixes virgin and recycled material, is one of the innovations showcased at Simac 2021. Developed together with Technetronic and PET Solutions, this system allows brands to get accurate and certified data on the amount of recycled material present in the soles, as well as improving the quality of the finished product. Sigma 300 T offers a solution for gluing soles capable of combining high performance, cutting-edge technology and great reliability. The 3D system allows to identify any type of sole and to automatically trace the gluing trajectories. It is ideal for all types of glues, i.e. water-based, solvent-based or polyurethane ones.

The new roughing island with auto-

matic tool change system – which enables to select up to 6 different tools automatically, depending on the upper to be processed – has also the purpose of improving the quality of the finished product and processing precision. The system is controlled by a next-generation brushless motor, which guarantees the possibility of reversion, silent processing and no maintenance. The new silicon-coating island also allows a significant improvement in the distribution of the release agent: it can be combined with an electrostatic gun, which guarantees 15 to 20% savings in materials and fewer emissions in the working environment, for greater protection of the operator's health.



▶ ATOM

The new FlashCut Master 2185 cutting system is one of the most versatile and innovative of the entire Atom range: in fact, it can cut both leather and synthetic materials, as well as being equipped with VRX technology for recognizing printed and logoed materials. The double gripper system, of which the removable mobile one allows the optimal cutting of multilayer materials, while the automatic cutting height adjustment system allows less wear of the cutting belt. Its flexibility makes it ideal for various industrial applications, including footwear, leather goods, furniture, and automotive.



re qualunque tipologia di suola e di tracciare automaticamente le traiettorie di incollaggio. È ideale per tutte le tipologie di colle, a base di acqua, solvente o poliuretaniche. Migliorare qualità del prodotto finito e precisione della lavorazione è anche lo scopo della nuova isola di cardatura con sistema di cambio tools automatico, che permette di selezionare in modo automatizzato, a seconda della tomaia da lavorare, fino a 6 diversi tools. È controllato da un motore brushless di ultima generazione, che garantisce la possibilità di inversione di marcia, silenziosità della lavorazione e assenza di manutenzione. Anche la

nuova isola di siliconatura permette un notevole miglioramento nella distribuzione del distaccante: può essere abbinato a una pistola elettrostatica, che garantisce dal 15 al 20% di risparmio dei materiali e meno emissioni nell'ambiente lavorativo, a maggior tutela della salute degli operatori.

▶ ATOM

Il nuovo sistema di taglio FlashCut Master 2185 è uno dei più versatili e innovativi di tutta la gamma Atom: è infatti in grado di tagliare sia pelle che materiali sintetici, oltre ad essere dotato di tecnologia VRX per il riconoscimento dei ma-

teriali stampati e logati. Il sistema a doppia pinza, di cui quella mobile removibile, permette il taglio ottimale dei materiali multistrato, mentre il sistema di regolazione automatica dell'altezza di taglio consente una minore usura del tappeto. La sua flessibilità lo rende perfetto per l'utilizzo in diversi settori industriali, tra cui quello calzaturiero, pellettero, dell'arredo e automotive.

▶ OMAC

L'azienda veneta ha presentato al Simac 2021 una vasta gamma di macchine per la produzione di articoli della pelletteria, tra i quali

International
Technology

January
2022



► OMAC

The Venetian company presented a wide range of machines for the production of leather goods at Simac 2021, including belt processing.

Among the novelties seen in the stand, particular interest was shown by the operators of the sector for the new LT600 OPTIC proposal.

The first one, the LT600 Optic (Working area 70 x 90 cm), LT600 OPTIC MINI (working area 45 x 45 cm) and LT 610 OPTIC (working area 60 x 80 cm), is an automated workstation suitable for gluing all kind of components of leather, synthetic, leather board, toe puff, counter material and fabric.

Based on the vision system via optical camera with a resolution of 1.3 megapixels, which detects the shape and position of the

pieces to be glued, the machine allows all types of bonding/coloring perimeter and / or any point of a flat components and in the full surface.

Standard version is equipped with a gun, with nozzle of 1.2mm, which reduces the margin of error of +/- 1mm. The machine is equipped with integrated industrial computer and networks interface controller preset for remote access, LCD 1.7", software for the management of 3 axis X-Y-Z and models editing and automatic control of product quantity sprayed on the working material. The software is easy and intuitive use of machinery. For example, the operator to freely position the pieces to be glued on the work surface. Path editing via mouse; all working programs can be saved on the PC and on USB key. The machine is equipped with 10

liters Teflon-coated tank prepared for the use of glue in dry bags and powerful exhaustor. The machine can be moved easily at any time, thanks to the self-blocking wheels.

Version LT610 is equipped with 4 Guns.

Optional extras include:

- Drying tunnel
- Additional working table of 40 cm at the end of conveyor belt
- Additional spray gun for full gluing (HYBRID VERSION)
- Additional spray gun for perimeter glue (DUAL PRO VERSION)
- LT 610 kit with 4 guns for peripheral gluing
- Contour/Full self-learning software for gluing without programming.
- Flow sensor to deposit a certain amount of adhesive and glue quality control accurately.
- Gun nozzle cleaning system by independent motor



primo piano tecnologia

figura anche la lavorazione della cintura.

Tra le novità viste nello stand, particolare interesse è stato manifestato dagli operatori del settore per la nuova proposta LT600 OPTIC.

Il primo modello, disponibile nelle versioni LT600 OPTIC (Area di lavoro 70 x 90 cm), LT600 OPTIC MINI (area di lavoro 45 x 45 cm) e LT 610 OPTIC (area di lavoro 60 x 80 cm), è una macchina automatizzata adatta a incollare e/o tingere elementi di pelle, tessuto, e similari.

Basata su sistema di visione ottica tramite videocamera professionale con risoluzione di 1.3 Megapixel, che rileva la forma e la posizione

dei pezzi da lavorare, la macchina permette tutti i tipi di incollaggio/coloratura perimetrali, e/o di qualsiasi punto di un elemento piano.

Nella versione standard è equipaggiata con una pistola con ugello da mm 1.2 che riduce il margine di errore teorico a +/- 1 mm.

La macchina è dotata di computer industriale integrato, accesso remoto per assistenza, monitor LCD "17", programma di gestione dei 3 assi X-Y-Z e di editing modelli e controllo automatico della quantità di prodotto erogato sul pezzo in lavorazione. Il software è di facile ed intuitivo utilizzo permettendo, per esempio, all'operatore di po-

sizionare liberamente i pezzi da lavorare sul piano di lavoro. Editing percorsi tramite mouse, salvataggio delle ricette di lavoro sul PC e su chiavetta USB.

I contenitori per il prodotto da applicare hanno capacità 10 litri, teflonati e predisposti per l'utilizzo di collante in sacche stagne. La macchina è dotata di un potente aspiratore. Grazie alle ruote, la macchina può essere facilmente spostata in qualsiasi momento. La versione LT610 è dotata di 4 pistole.

Tra gli optional figurano:

- Forno con un tunnel di essiccazione
- Tavolo di lavoro addizionale di 40



TE160 BIK 3



The BIK 3 model is suitable for stitching with stitches very close to the edge (0-9 mm range); it features a double feed and a crochet with needle guard and bobbin case lifter, to optimize the work even with very heavy yarns.

► TEGO

The Vigevano-based company expands its line of sewing machines by introducing the TE160 BIK 3, BIK 4 and TE160 R20 models. This kind of special technology is essential for the production of bags, suitcases or other specific items. In addition to operational functionality, TEGO has been focused on the material quality, while keeping the price below the market standard.

TE160 BIK 3 AND BIK 4

A rotating arm (360°) machine for stitching the bag "flaps" and every U-shaped details.



TE160 BIK 4



cm posizionato alla fine del nastro

- Pistola supplementare per l'incollaggio in pieno (versione Hybrid)
- Pistola supplementare per l'incollaggio perimetrale (versione Dual pro)
- Kit LT 610 con 4 pistole per l'incollaggio periferico
- Software di autoapprendimento contorno/pieno per incollaggio senza programmazione.
- Sensore di flusso per depositare con precisione una determinata quantità di adesivo e controllo qualità incollaggio
- Sistema di pulizia ugello pistola con motore indipendente

► TEGO

L'azienda di Vigevano amplia la sua linea di macchine per la cucitura introducendo i modelli TE160 BIK 3, BIK 4 e TE160 R20. Questo tipo di tecnologia speciale è fondamentale per la produzione della borsa, valige o altri particolari articoli. Oltre alla funzionalità operativa, la TEGO ha curato la qualità dei materiali impiegati e l'aspetto costo che è sotto lo standard di mercato.

TE160 BIK 3 E BIK 4

Macchina a braccio rotante (360°) per le cuciture delle "patelette" delle borse e tutti i particolari con forma a "U".

Il modello BIK 3, che può eseguire cuciture con punti (range di distanza da 0 a 9 mm) estremamente vicino al bordo, utilizza un duplice trasporto ed un crochet con salva ago e scarta-cestello, per ottimizzare il lavoro anche se si impiegano filati molto pesanti.

Caratteristiche Tecniche

Testa di cucitura modello Adler 867, profondità utile del braccio mm 180 per la BIK3 e mm 300 per la versione BIK4. Altezza utile di lavoro mm 310 per la BIK3 e mm 390 per la BIK4: caratteristica che permette la cucitura di valigie e borse di dimensioni elevate.

International
Technology

January
2022

Technical features

Sewing head model Adler 867, 180 mm arm depth for BIK3 and 300 mm for BIK4.

Operation height 310 mm for BIK3 and 390 mm for BIK4: this feature enables the sewing of large suitcases and bags.

TE160 R20

A column machine (400 or 500 mm height) with horizontal axis crochet, 1 needle, triple feed, "detachable" arm designed to slide outwards and facilitate the insertion of bags with bottom.

The machine can be equipped with plates and jaws of various sizes, which allows sewing even in very tight corners, with particularly close stitches. For standard sewing, the maximum stitch distance is 9 mm.

To meet the most diverse work requirements, this model can be fitted with two different types of crochets: model Adler 069 or modified Adler 067.

Reliable, precise and robust, TE160 R20 is a technologically advanced machine.



FRATELLI ALBERTI

A key reference in our sector for the skiving, splitting, and coupling technologies for leather and other types of materials, FAV (Fratelli Alberti Varese) gets ready to face the future by planning several projects supported by its enthusiastic people, who represent a new generation of entrepreneurs. Over 75 years of history and a lot of mechanical proposals that helped developing the "leather area" all over the world; specialized human resources and the management's belief that it is necessary to focus on research and development of advanced technologies, are just a few of the company's strengths.

Among the innovations introduced by FAV, in addition to 4.0 machines, the restyling of the logo and a boost of communication are included; and also the website that has been updated to offer the "visitor" an easy access, a consistent navigation path and a detailed overlook of the offer. Furthermore, at the Simac Tanning Tech 2021, the new FAV 4.0 models were presented. These include the AV2 NET and the line of coupling machines, which are full-



TE160 R20



primo piano tecnologia

TE160 R20

Macchina a colonna (altezza mm 400 o 500) con crochet ad asse orizzontale, 1 ago, triplice trasporto, braccio "sganciabile" predisposto per scorrere verso l'esterno ed agevolare l'inserimento delle borse con fondello.

La macchina può essere corredata con placche e griffe di varie misure, che danno la possibilità di cucire anche in angoli molto stretti eseguendo punti particolarmente ravvicinati. Per la cucitura standard la distanza massima dei punti è di 9 mm.

Per soddisfare le più disparate esigenze di lavoro questo modello

può montare due tipi differenti di crochet: modello tipo Adler 069 o Adler 067 modificato.

Affidabile, precisa e robusta, la TE160 R20 è una macchina tecnologicamente avanzata.

FRATELLI ALBERTI

Punto di riferimento nel nostro settore per le tecnologie di scarinatura, spaccatura e accoppiature della pelle e altre tipologie di materiali, la FAV (Fratelli Alberti Varese) si prepara ad affrontare il futuro mettendo in cantiere tanti progetti e l'entusiasmo dei suoi giovani, che rappresentano la nuova generazione di imprenditori. Oltre

75 anni di storia, tante proposte meccaniche che hanno contribuito allo sviluppo dell'"area pelle" in tutto il mondo, risorse umane specializzate e la convinzione del management che è necessario puntare sulla ricerca e lo sviluppo di tecnologie evolute, sono solo alcuni dei punti di forza dell'azienda. Tra le novità messe in campo dalla FAV, oltre alle macchine 4.0, figurano anche il restyling del logo e un forte impulso alla comunicazione: il sito web che è stato rivisto per offrire al "visitatore" un accesso semplificato, un percorso razionale e un dettagliato panorama dell'offerta.



AV2NET
INDUSTRY 4.0

ly enabled and certified for interconnection in 4.0 factories.

These new proposals have been built to extend the many advantages of the previous models; the ability to store the working parameters, the optimization of energy consumption and the increased speed of execution are just some of their features. Among the proposals still to be realized, there is also the implementation of 4.0 requirements on the leather splitting machine line.



ATERMO
SYSTEM
THE NEW WAY TO WORK
THERMOPLASTIC MATERIALS
REGISTERED PATENT

ATERMO SYSTEM

The new Aterno system was also presented at the Simac 2021. This is a brand-new method that allows to eliminate the lubricating fluid in the thermoplastic material processing. With the Aterno system, in fact, the blade is cooled by an air flow, in order to avoid overheating and residue deposition. Both process waste and maintenance tasks are reduced; in fact, the blade remains cleaner, no disposal of the coolant fluid is longer required, and also the machine cleaning tasks are also reduced. The advantages of this innovative method also concern environmental sustainability and the finished product quality, as the use of chemicals and glue leaks are eliminated.



SISTEMA ATERMO

In occasione del Simac 2021 è stato presentato anche il nuovo sistema Aterno. Si tratta di un metodo innovativo che permette di eliminare il liquido lubrificante nella lavorazione dei materiali termoplastici. Col sistema Aterno, infatti, la lama viene raffreddata tramite un flusso d'aria, in modo da evitarne il surriscaldamento e quindi il depositarsi di residui. Si riducono gli scarti di lavorazione e anche gli interventi per la manutenzione: infatti la lama rimane più pulita, non si ha più lo smaltimento del liquido refrigerante e si riducono anche gli interventi per la pulizia della macchina stessa. I vantaggi di questo metodo innovativo interessano anche la sostenibilità ambientale e la qualità del prodotto finito, in quanto si elimina l'uso di prodotti chimici e si evitano le perdite di colla.

Al Simac Tanning Tech 2021, inoltre, sono stati presentati i nuovi modelli FAV 4.0. Tra questi figura la AV2 NET e la linea delle accoppiatrici. Si tratta di macchine completamente predisposte e asseverate per l'interconnessione nelle fabbriche 4.0.

Queste proposte sono state costruite per amplificare i tanti vantaggi dei modelli precedenti: la possibilità di memorizzare i parametri di lavoro, l'ottimizzazione dei consumi e la maggiore velocità di esecuzione sono solo alcune delle loro caratteristiche. Tra le proposte ancora in cantiere figura anche l'implementazione dei re-

quisiti 4.0 anche sulla linea delle spaccapelli.

► FALAN

Azienda specializzata nella progettazione e costruzione di macchine che trovano largo impiego per la produzione di calzatura, articoli di pelletteria, borse, ecc., recentemente ha presentato la nuova versione di tecnologie già ampiamente sperimentate nei settori. Tra queste figura il modello FL1 TS, una evoluzione delle macchine studiate per eseguire la cucitura Blake.

Le caratteristiche principali della FL1 TS sono la velocità di lavoro,

1100 PTI/MN, la possibilità di cucire materiali con spessore elevato, fino ad un massimo di 33 mm, quella di utilizzare filati con spessore da 0.6 a 1.2 mm e un sistema per lo sblocco rapido dei carter, funzione che permette di velocizzare la manutenzione. Un motore brushless di nuova generazione garantisce alla FL1 TS una elevata precisione del lavoro, mentre la presenza di un pannello touchscreen da 4,3" (a colori) agevola tutte le funzioni di impostazione del lavoro e di monitoraggio della VELOCITÀ di cucitura, della LUBRIFICAZIONE, il controllo della temperature, il CONTROLLO della

**International
Technology**

January
2022

► FALAN

Recently, a new version of technologies already widely implemented in the sector have been introduced by FALAN, a company specialized in the design and construction of machines for the production of footwear, leather goods, bags, etc. Among these is the FL1 TS model, an evolution of the machines designed to perform Blake sewing.

The main features of the FL1 TS are the working speed, 1100 SPM; the ability of sewing materials with high thickness, up to 33 mm; using yarns with a thickness of 0.6 to 1.2 mm; and a system function to quickly release the cover, which enables faster maintenance.

A new generation brushless motor ensures a high accuracy of the FL1 TS work, while a color 4.3" TOUCH-SCREEN PANEL makes it easier to set up all the job functions and control the sewing SPEED, LUBRICATION, temperatures, ENGINE functionality, EMERGENCY situations, etc.

Like other FALAN machines for Blake processing, the FL1 TS model allows getting pdf, photos, videos and to perform service directly onto the machine.



FL1 TS

primo piano
tecnologia

funzionalità del MOTORE, le situazioni di EMERGENZA, ecc.

Il modello FL1 TS, come già altre macchine FALAN per la lavorazione Blake, permette di ricevere pdf, foto, video e di eseguire l'assistenza tecnica direttamente a bordo macchina.

► WINTECH

Tra le proposte più attuali dell'azienda figurano le macchine per la produzione di stivali in materiali termoplastici della linea WLX.

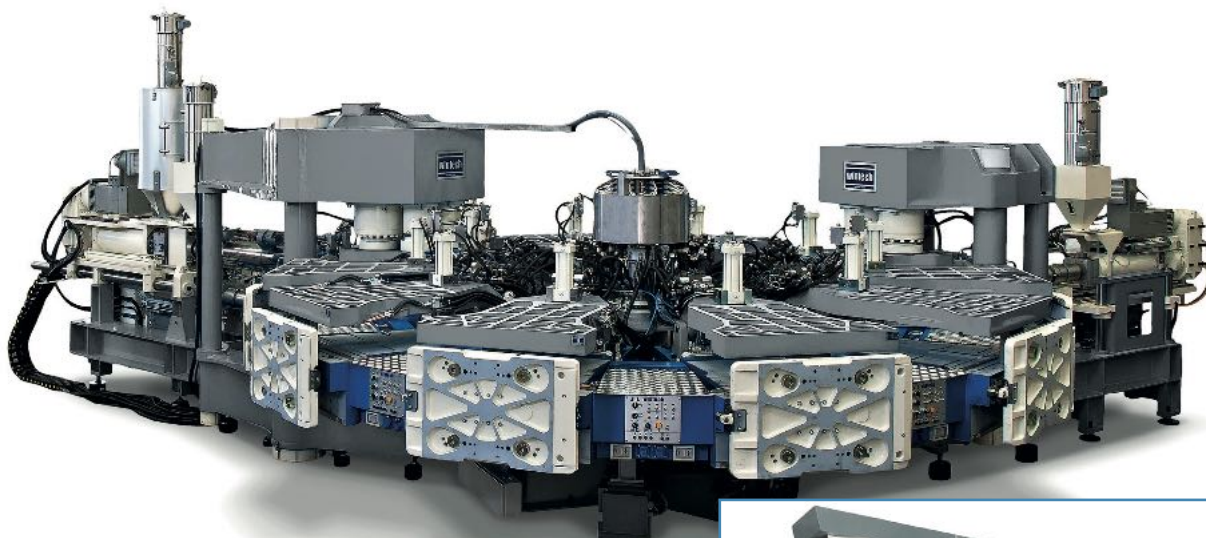
Si tratta di impianti che coniugano l'alta produttività con il minore consumo energetico: un risultato reso possibile grazie ai nuovi sistemi

elettrici/oleodinamici adottati.

L'impiego di servomotori a velocità variabile, controllati tramite inverter, infatti, insieme ad altre soluzioni adottate, permettono l'abbattimento del 60% dei consumi energetici. I nuovi servomotori adottati, inoltre, garantiscono molti altri benefici, quali ad esempio: l'eliminazione delle valvole proporzionali e delle pompe a portata variabile, la riduzione del volume del serbatoio olio del 50%. Grazie alla minor temperatura dell'olio in circolo si ottiene una maggior durata delle pompe stesse, dei cilindri idraulici e delle guarnizioni. Unitamente al minor riscaldamento ambientale.

Efficienza, silenziosità e ottimizzazione del lavoro sono altri aspetti che caratterizzano le macchine della linea WLX, particolarmente indicate per la produzione di stivali da lavoro.

“L'alta efficienza data dai servomotori – precisa l'azienda – è frutto dell'hardware adottato, di un'attenta valutazione su come applicarlo e da un preciso studio delle dinamiche dei flussi idraulici. In assenza di uno studio specifico che tenga conto di quali siano i parametri ottimali, non sarebbe stato possibile ottenere i risultati desiderati. Inclusa la qualità del prodotto finito”.



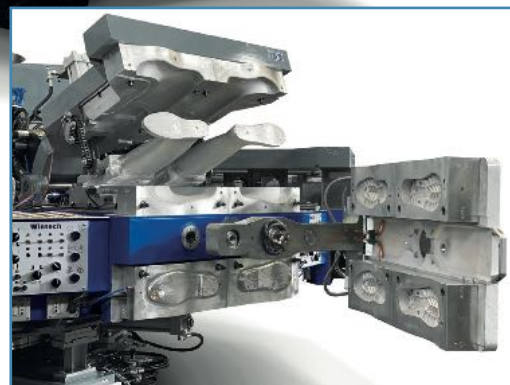
► WINTECH

The company's latest proposals include the WLX line of machines for the production of boots in thermoplastic materials.

These machines combine high productivity with lower energy consumption, and this was achieved thanks to the use of new electrical/hydraulic systems.

In fact, the use of variable speed servomotors controlled by inverters, combined with other solutions, allow reducing the energy consumption by 60%. In addition, the new servomotors ensure a number of benefits, including the following: the elimination of proportional valves and variable displacement pumps, as well as the

reduction of the oil tank volume by 50%. Thanks to the lower temperature of the oil in circulation, a longer life of pumps, hydraulic cylinders, and seals is achieved. And a lower environmental heating is also achieved. Efficiency, noiselessness, and work optimization are other aspects featuring the WLX line machines, which are particularly suitable for work boots production. "The servomotor high efficiency – specifies the company – is the result of the hardware chosen, a careful evaluation of how to implement it, and a precise study of the hydraulic flows dynamics. Failing to perform a specific study on the optimal parameters, would have



made impossible to get the desired results. Including the quality of the finished product."



► ELITRON

Tra le proposte presentate al recente Simac 2021 dall'azienda marchigiana, figurano macchine ampiamente consolidate sul mercato e nuove soluzioni tecniche che hanno come obiettivo quello di agevolare il lavoro dell'operatore, aumentare la capacità produttiva e mantenere alti gli standard della qualità.

BOOSTER

Questo modello che rappresenta il sistema di taglio più venduto di Elitron è stato ulteriormente rinnovato grazie alla nuova tecnologia Seeker System, che assicura una

visione più precisa e definita per tutti i materiali stampati e la pelle. Questo sofisticato sistema di telecamera e software identifica i crocini stampati sui materiali e li utilizza per sincronizzare e gestire il percorso di taglio per un'estrema precisione di taglio, il tutto automaticamente.

KUDOS

Il sistema di taglio a conveyor è stato specificamente progettato per tagliare perfettamente pelle e materiali sintetici in rotolo per calzatura e pelletteria: 2 travi e 2 teste di taglio multi-utensile contraddistinguono questa tecnologia



International
Technology

altamente innovativa e performante, con accelerazioni e velocità di taglio più elevate, che aumentano la produttività del 40% rispetto ai modelli precedenti.

PLAZA T

Dedicati ai mercati della tappezzeria e dell'automotive, i sistemi PLAZA T soddisfano tutti i requisiti per una maggiore produttività e formati più grandi, con un'area di lavoro completa fino a 6200 x

► ELITRON

The proposals introduced by the Marche-based company at the recent Simac 2021 include the machines widely established on the market and new technical solutions aimed to help the operator's work, increase production capacity, and keep high quality standards.

BOOSTER

This model, which is Elitron's best-selling cutting system, has been further updated with the new Seeker System technology, which enables a more precise and defined vision for all printed materials and leather. This sophisticated camera and software system identifies the

KUDOS



cut marks printed on the materials and uses them to synchronize and manage the cutting path for ultimate cutting precision, all automatically.

KUDOS

The conveyor cutting system has been specifically designed to perfectly cut leather and synthetic materials in rolls for footwear and

leather goods sectors; 2 beams and 2 multi-tool cutting heads distinguish this highly innovative and performing technology, with higher accelerations and cutting speeds, which increase productivity by 40% over previous models.

PLAZA T

Dedicated to the upholstery and automotive markets, PLAZA T systems meet all the requirements for higher productivity and larger formats, with a full, up to 6,200 x 2,500 mm working area; 2 beams and 2 multi-cutting heads tool for cutting a whole leather using 2 cutting heads simultaneously for non-stop production.

It cuts on one side while getting on the other, then collects the pieces on one side while cutting on the other.

BOOSTER



primo piano tecnologia

2500 mm: 2 travi e 2 teste di taglio multi-utensile in grado di tagliare una pelle intera utilizzando contemporaneamente 2 teste di taglio per una produzione non-stop.

Taglio da un lato mentre si piazza dall'altro, poi raccolta dei pezzi da un lato mentre si taglia dall'altro. La Plaza T è un sistema interamente multifunzione per i lavori di taglio ancora più difficili.

VISIO

Il sistema di acquisizione e nesting

Visio è dotato della più recente tecnologia digitale di Elitron: Elitron Digital Infrared, meglio conosciuto come EDI. Questa penna a infrarossi consente all'operatore di identificare aree di qualità, fori e segni sulla pelle, ma senza di fatto segnare la pelle! Non è più necessario controllare continuamente lo schermo, i segni digitali sono chiaramente visibili e codificati attraverso i colori direttamente sulla pelle. Questo

non solo fa risparmiare tempo, ma è anche molto più ergonomico e pratico per l'operatore.

Sistema vacuum

La gamma di taglio Elitron è dotata di serie del sistema vacuum dinamico di Elitron, il nuovo High Efficiency Suction (HES), per una più efficace tenuta del materiale. Questo è stato recentemente aggiornato e ottimizzato per una tenuta del materiale ancora più forte, pur essendo più efficiente dal punto di vista energetico, per ridurre le spe-



PLAZAT

The Plaza T is a fully multifunctional system for even more challenging cutting jobs.

VISIO

The Visio acquisition and nesting system is equipped with Elitron's latest digital technology, Elitron Digital Infrared, better known as EDI. This infrared pen allows the operator to identify quality areas, holes and marks on the leather, without actually marking the leather itself! There is no longer need to check the screen continuously; digital markings are clearly visible and color-coded directly on the leather. This not only saves time, but is also much more ergonomic and easier for the operator.

Vacuum system

The Elitron cutting range is

equipped as standard with Elitron's dynamic vacuum system, the new High Efficiency Suction (HES), for more effective material holding. This has recently been updated and optimized for an even stronger material hold, while being more eco-friendly, to reduce power bills and help save the environment.

Nesting can be done manually, using the Elitron video projection system, or automatically. It

is possible to choose between Elitron's innovative OPERA automatic nesting software, both for roll materials and leathers, with the best possible output, or the more advanced and innovative NesCUT software that identifies logos and printed motifs, placing the digital dies accordingly, in order to ensure perfect centering and alignment every time.

The video projection-aided material pick-up enables to speed up the collection process by clearly identifying the cut pieces to guide the operator in a quick and effective removal.



VISIO



se sull'energia elettrica e aiutare a salvare l'ambiente.

Il nesting può essere effettuato manualmente, utilizzando il sistema di Videoproiezione Elitron, o automaticamente. È possibile scegliere tra l'innovativo software di piazzamento automatico OPERA di Elitron, sia per materiali in rotolo che per pelli, con la migliore resa possibile, o il più avanzato e innovativo software NesCUT che identifica loghi e motivi stampati e piazza di conseguenza le fustelle digitali, per garantire ogni volta un

perfetto centraggio e allineamento. Raccolta assistita del materiale, tramite la Videoproiezione che velocizza il processo di raccolta identificando chiaramente i pezzi tagliati per guidare l'operatore in una rimozione rapida ed efficace.

► **CIUCANI MOCASSINO MACHINERY**
L'azienda marchigiana ha lanciato

un nuovo sistema per realizzare calzature senza colla: il risultato è una scarpa estremamente flessibile, confortevole, sostenibile e prodotta con minori costi di manodopera e macchinari.

Il progetto per la realizzazione di calzature sneaker senza colla prevede la realizzazione di un'isola di lavoro che impiega 5 operatori, per

International
Technology

January
2022



► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

The company based in the Marche region has launched a new system for making glue-free shoes; the result is an extremely flexible, comfortable, sustainable shoe produced with lower labor and machinery costs.

The glue-free sneaker production

project involves the construction of a 5-operator work island with a throughput of 230/250 pairs in 8 hours.

The island consists of two CIUCANI sewing machines, one to sew the upper to the insole and the other to sew the sole; an ARP (a puff-curling machine which crimps the upper) and other machines normally used in shoe factories. The two sewing phases enable to avoid using glues, and all the related processing phases. According to laboratory tests, after 80,000 flexes, the sole did not show any alterations.

A similar work island setting exists for the production of Goodyear footwear; thanks to the project carried out by CIUCANI, the use of glue and nails is reduced to a minimum, that is to the welt and the applica-

tion of the heel – the time saved and the ease of execution are remarkable.

The glue-free assembly performed with the work islands designed by CIUCANI MOCASSINO MACHINERY makes the footwear extremely flexible and comfortable. The savings in terms of machinery, time and personnel are equally remarkable.

The shoe is made with a reduced environmental impact - an eco-sustainable product, which supports the ever-increasing environmental awareness of consumers and big brands.



primo piano tecnologia

una produttività di 230 / 250 paia in 8 ore.

L'isola si compone di due macchine da cucire CIUCANI, per cucire la tomaia al sottopiede e per cucire la suola, una ARP (arricciapuntali, che esegue una cambratura della tomaia) e altre macchine normalmente in uso presso tutti i calzaturifici. Le due fasi di cucitura permettono di evitare l'utilizzo di collanti, e tutte le fasi di lavorazione ad esso collegate. Secondo i test di laboratorio, dopo 80.000 flessioni, la suola non presenta alterazioni.

Una simile impostazione dell'isola di lavoro è prevista per la produzione di calzature Goodyear: grazie al

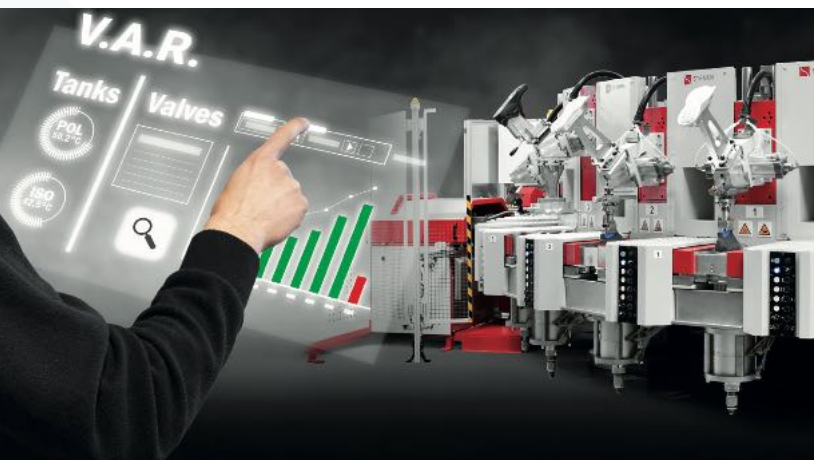
progetto realizzato da CIUCANI, l'utilizzo della colla e dei chiodi è ridotto al minimo, ovvero al guardolo e all'applicazione del tacco: il risparmio di tempo, assieme alla facilità di esecuzione, sono notevoli.

Il montaggio senza colla eseguito con le isole di lavoro progettate da CIUCANI MOCASSINO MACHINERY rende le calzature estremamente flessibili e confortevoli. Il risparmio in termini di macchinari, tempi e personale è altrettanto notevole. La scarpa viene realizzata con un ridotto impatto ambientale: un prodotto ecosostenibile, che asseconda la sempre crescente sensibilità

ambientale dei consumatori e dei grandi brand.

► STEMMA

Le macchine per l'iniezione diretta di poliuretano sono fra le tecnologie più avanzate disponibili sul mercato per produzione calzaturiera. Estremamente efficienti e adatte alla produzione di un'ampia gamma di calzature, non sono però prive di una propria complessità, che impone la presenza di tecnici esperti sia per l'impostazione dei parametri di lavoro sia per intervenire ogni qual volta si manifestino problemi durante la produzione. Molto spesso, le informazioni e le



► STEMMA

Polyurethane direct-injection machines are among the most advanced technologies for footwear production available on the market. These machines are extremely efficient and suitable for manufacturing a wide range of shoes, however, being particularly complex, they must be attended by expert engineers for both working parameter setting and troubleshooting, in case issues arise during production. Very often, though, only a few engineers possess the information and knowledge required to effectively operate these molding systems. STEMMA research has been engaged for some time to concretely try and solve this work aspect, which often is a huge problem. The most recent response to this issue is "SMART" systems, i.e. a

type of machinery which enormously simplifies the work management. A turning point in solving these problems was also delivered by the introduction of the new V.A.R. solution on all STEMMA systems for polyurethane sole molding. This software is capable of processing all the production cycle data and transferring the operator experience directly to the machine, which automatically reschedules and recalibrates the working parameters at each mold change, or item change, with the advantage of greatly reducing downtime.

The machine equipped with the V.A.R. system also recognizes and reports any change in the system operating conditions, immediately showing the reason of such change.



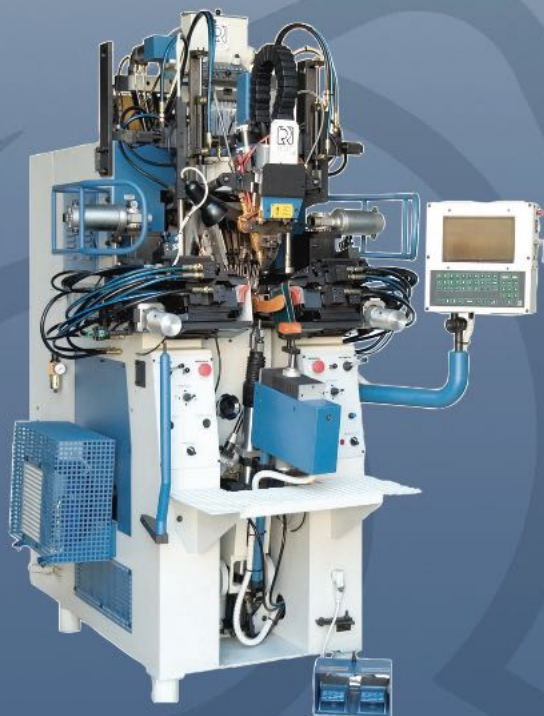
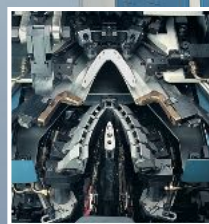
conoscenze che sono richieste per far funzionare efficacemente questi impianti di stampaggio, però, sono patrimonio di pochi tecnici. La ricerca STEMMA è impegnata da tempo per cercare di risolvere concretamente questo aspetto del lavoro, che spesso rappresenta un enorme problema. La risposta più recente è rappresentata dagli impianti "SMART", una tipologia di macchine che rappresenta un importante passo avanti nella semplificazione della gestione del lavoro. Una svolta nella risoluzione di queste problematiche è stata data anche dall'introduzione su tutti gli impianti STEMMA, per

lo stampaggio di suole in poliuretano, del nuovo sistema V.A.R.: un software in grado di elaborare tutti i dati del ciclo produttivo e trasferire l'esperienza dell'operatore direttamente alla macchina, che automaticamente riprogramma e ricalibra i parametri di lavoro ad ogni cambio stampo o cambio articolo, con il vantaggio di ridurre di molto i tempi morti.

La macchina attrezzata con il sistema V.A.R., inoltre, riconosce e segnala eventuali variazioni sulle condizioni di funzionamento dell'impianto, indicando immediatamente la causa determinante.



The engineering company is one of the most qualified exponent of the Made in Italy in the world. Specializing in lasting machines, Reces always stands for the high quality of its projects: reliable, easy to manage, built to ensure a long life, and ensure the quality standards desired by the customer.



27029 VIGEVANO (PV) Italy - Via Umbria, 27
Tel. 0039 0381.345513-345543
Fax 0039 0381.42152
reces.snc@tin.it - www.reces.it

► CAPRI HOLDINGS GROWTH DRIVEN BY VERSACE

In the first six months of 2021, the company of the New York Group saw sales grow by +81.2%, with total revenues of approximately 452 million euro. The driving force were the results of the second quarter, achieved by the Medusa brand with a growth of 45% on an annual basis and a turnover of 243.3 million euro. Overall, the New York group recorded an increase of 63.5% [2.2 billion euro] in the half year and a return to profit of 361.5 million euro. Quarterly revenues reached 1.3 billion dollars [1.3 billion euro], +17% over the pandemic 2020.



While Versace recorded the most significant relative growth, Michael Kors is confirmed as the holding's top brand, with quarterly revenues of 762 million euro, up 11% compared to 2020. Jimmy Choo also performed well [118.2 million euro, +12% in the quarter compared to the same period of 2020]. "We are satisfied with the results of the second quarter - commented the President and CEO, John D. Idol - which overall exceeded expectations. This performance reflects the power of our brands, as well as the effectiveness of our strategic initiatives".



► PVH: 27% GROWTH IN 2021

The group that owns Tommy Hilfiger and Calvin Klein recorded revenues of around 2 billion euro (+10%), despite logistical disruptions in October, also significant in port delays, "which resulted in a negative impact of 4% linked to an unplanned change in the timing of shipments from the third quarter to the fourth quarter," the group's note reads. Despite these difficulties, the expectations, in the final balance, for the entire year 2021, are optimistic: PVH, in fact, expects a growth in sales between 27% and 28% compared to 2020.

Wholesale revenues increased by 17%, despite the impact of continuous supply chain disruptions. The turnover of the direct to consumer division remained stable, even if e-commerce achieved +15%, reaching 21% of the total turnover. The trend of the Tommy Hilfiger and Calvin Klein brands was more than positive: +12% of turnover for the former and +22% for the latter.

In the wake of the semester ended last September 26th, and especially the last, lucky quarter, the US group expects total revenues of approximately 4.7 billion euro for the entire year.

notizie in breve aziende paesi

► VERSACE TRAINA LA CRESCITA DI CAPRI HOLDINGS

La società del gruppo newyorkese, nei primi sei mesi del 2021, ha visto le vendite crescere del +81,2%, con ricavi complessivi di circa 452 milioni di euro. A fare da traino i risultati del secondo trimestre, che il marchio con la Medusa ha archiviato con una crescita del 45% su base annua e un fatturato pari a 243,3 milioni di euro.

Nel complesso, il gruppo newyorkese ha messo a segno nel

semestre un incremento del 63,5% [2,2 miliardi di euro] e un ritorno all'utile pari a 361,5 milioni di euro. Le entrate trimestrali si sono assestate a 1,3 miliardi di dollari [1,3 miliardi di euro], a +17% sul 2020 pandemico.

Se Versace ha registrato la crescita relativa più significativa, Michael Kors si conferma il primo marchio della holding, con ricavi trimestrali pari a 762 milioni di euro, in rialzo dell'11% sul 2020. Buona anche la performance di Jimmy Choo [118,2 milioni di euro, +12% nel trimestre rispetto all'analogo periodo del 2020].

"Siamo soddisfatti dei risultati

del secondo trimestre - ha commentato il presidente e CEO John D. Idol - che hanno toccato risultati, in generale, che hanno superato le aspettative. Questa performance riflette il potere dei nostri brand, nonché l'efficacia delle nostre iniziative strategiche".

► PVH: CRESCITA DEL 27% PER IL 2021

Il gruppo proprietario di Tommy Hilfiger e Calvin Klein ha registrato ricavi per circa 2 miliardi di euro (+10%), nonostante le interruzioni logistiche nel mese di ottobre, anche significative nei ritardi portuali, "che hanno com-

portato un impatto negativo del 4% legato a un cambiamento non pianificato nei tempi delle spedizioni dal terzo trimestre al quarto trimestre", si legge nella nota del gruppo. Nonostante queste difficoltà le aspettative, a consuntivo, per l'intero anno 2021 sono ottimistiche: Pvh, infatti, prevede una crescita delle vendite tra il 27% e il 28% rispetto al 2020.

I ricavi wholesale sono aumentati del 17%, nonostante l'impatto delle continue interruzioni della catena di approvvigionamento. Il fatturato della divisione direct to consumer sono rimasti stabili, anche se l'e-commerce ha mes-



Fratelli Alberti S.R.L.

siteinfo@fratellialberti.com - fratellialberti.com

RELIABILITY

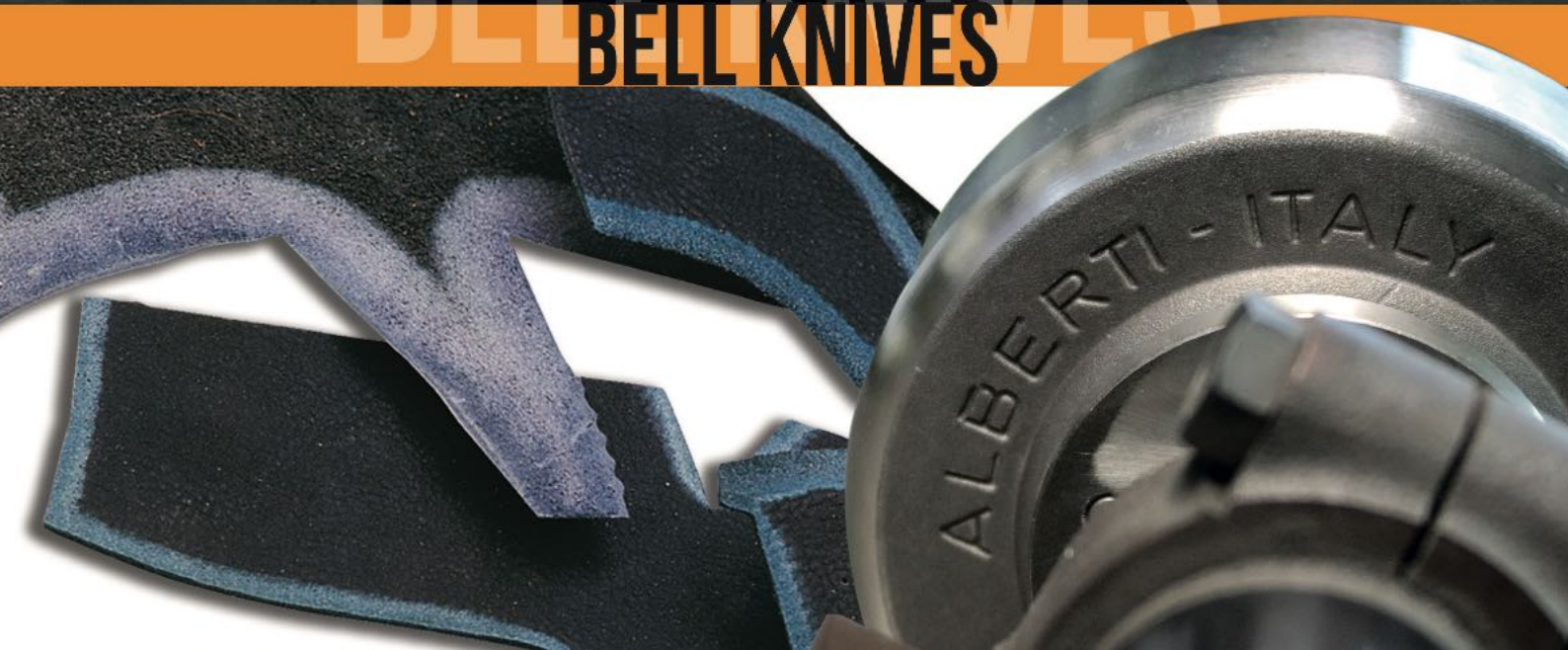
QUALITY

PRECISION

SAVINGS



BELL KNIVES



► GEOX – REVENUES TO REACH 800 MILLION EURO IN 2024

The Group's board of directors issued a press release explaining the strategic plan approved for the period 2022-2024: "We are dealing with an investment program that aims to define a new Geox: more digital, more efficient and more focused on centrality of the customer and distribution in the Group's most relevant countries".

According to the economic and financial forecasts, 2021 shall be closed with revenues of around 600 million euro, and a turnover of over 800 million euro reached in 2024, with an average annual growth rate of



11%. The digital transition is also the main growth driver for us. In fact, the forecast is to reach around 30% of total turnover through e-commerce platforms (17% in 2019).

The strategy which allows to reach these goals is to consolidate the brand's position in the reference markets (Italy, France, Spain, and Germany), and accelerate growth in those market areas where the brand is booming, such as Russia.

The 2022-2024 plan provides for total investments of approximately 70/80 million euro dedi-

cated mainly to IT projects (35% of the total), to improve the network of stores and integrated logistics projects and across-channel warehouse common management.

"Over these two years, we have taken important steps in the evolution towards a more efficient business model. This was possible thanks to major investments made in the Group's digital transition, but also to the value of our team, with no exceptions - said Mario Moretti Polegato, President and founder of Geox".

notizie in breve aziende paesi

so a segno un +15%, portandosi al 21% sul giro di affari totale. Il trend dei marchi Tommy Hilfiger e Calvin Klein è stato più che positivo: +12% del fatturato per il primo e +22 per cento per il secondo.

Sull'onda del semestre chiuso lo scorso 26 settembre e soprattutto dell'ultimo, fortunato, trimestre, il gruppo Usa si aspetta, per l'intero esercizio, entrate complessive per circa 4,7 miliardi di euro.

► GEOX, NEL 2024 I RICAVI TOCCHERANNO 800 MILIONI DI EURO

Il cda del Gruppo ha rilasciato un comunicato nel quale spiega il piano strategico deliberato per il periodo 2022-2024: "Siamo di fronte a un programma di investimenti che punta alla definizione di una nuova Geox: più digitale, più efficiente e più focalizzata sulla centralità del cliente e della distribuzione nei Paesi più rilevanti per il gruppo". Le previsioni sul piano economico-finanziario sono di chiudere il 2021 con ricavi intorno ai 600 milioni, e raggiungere

un fatturato superiore agli 800 milioni di euro nel 2024, con un tasso medio annuo di crescita dell'11%. Il digitale rappresenta anche per noi il principale driver di crescita. La previsione, infatti, è di raggiungere attraverso le piattaforme e-commerce, circa il 30% delle fatturato totale (17% nel 2019).

La strategia che permetterà di raggiungere questi obiettivi, prevede di consolidare la propria posizione nei mercati di riferimento (Italia, Francia, Spagna e Germania), e accelerare la crescita in quelle aree di mercato dove il brand è in forte espan-

sione, ad esempio la Russia. Il piano 2022-2024 prevede investimenti totali per circa 70/80 milioni dedicati principalmente ai progetti It (35% del totale) al miglioramento della rete dei negozi ed ai progetti di logistica integrata e gestione comune dei magazzini trasversale sui canali.

"In questi due anni abbiamo compiuto passi importanti nell'evoluzione verso un modello di business più efficiente. Questo è stato possibile grazie agli importanti investimenti fatti nella trasformazione digitale del Gruppo, ma anche al valore della

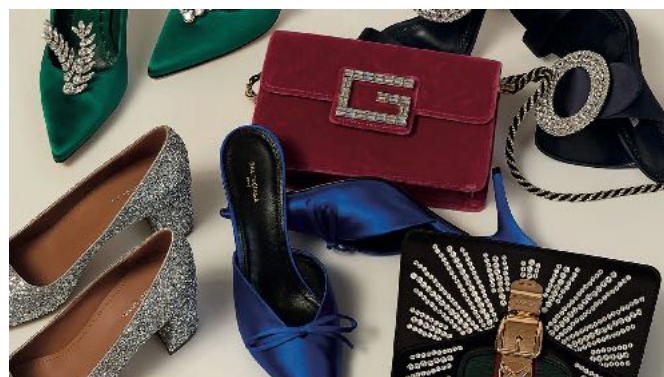
► EXOR - 9 BILLION EURO EARMARKED FOR ACQUISITIONS

The Agnelli's holding company is preparing for new acquisitions both in the luxury sector and in other ones, including that of technologies. Approved by the board of directors, the plan earmarked 9 billion euro to complete various operations: investments are planned both in North America and Europe, and China should not be ruled out either. The President of Exor, Elkann, denied the rumors of a possible acquisition of the Giorgio Armani brand and added:



Louboutin

"We have an excellent relationship with Giorgio Armani, both personally and professionally. The company is not for sale and it is important that the rumors of our interest stop going about". Over the past two years, Exor has already acquired prestigious luxury brands, such as Louboutin and Shang Xia.



► SECOND HAND - AN UNMISSABLE OPPORTUNITY

The second hand commercial trend has been estimated to be between 22 and 26 billion euro by the global luxury resale market. On the other hand, more experienced observers estimate that, for the next decade, this sector growth should be around 10% - 15% per year. While fashion brands are attracted by this phenomenon on the one hand, they fear a possible impact on their image on the other. "Our results - reads the McKinsey report - confirm the attractiveness of the resale - when man-

aged with caution, in fact, the entry of a brand into this market should not erode profit margins. What is clear is that the second hand will not stop, and companies that choose to exit risk losing a significant opportunity. In fact, luxury brands that intend to invest in this market must consider that 41% of pre-owned luxury goods buyers want these items as products 'hard to find' and, in a certain sense, unique." Other reasons not to be neglected are the attention to sustainability and money savings, which allows a wider segment of the market to buy these items.



nostra squadra, nessuno escluso - ha detto Mario Moretti Pollegato, Presidente e fondatore di Geox".

► EXOR: STANZIATI 9 MILIARDI PER FARE SHOPPING

La holding della famiglia Agnelli si prepara a nuove acquisizioni sia nel comparto del lusso sia in altri settori, incluso quello delle tecnologie. Il programma, approvato dal consiglio di amministrazione, ha messo a disposizione 9 miliardi di euro per portare a buon fine le varie operazioni: sono previsti investimenti da fare tra il Nord America e l'Europa, ma non è da esclu-

dere neppure la Cina. Il Presidente della Exor, Elkann, ha smentito le voci che indicano la possibile acquisizione del marchio Giorgio Armani e ha aggiunto: "Abbiamo un ottimo rapporto con Giorgio Armani, personale e professionale. La società non è in vendita ed è importante che le voci su un nostro interessamento smettano di circolare". Negli ultimi due anni la Exor ha già acquisito marchi prestigiosi del lusso quali Louboutin e Shang Xia.

► SECOND HAND, UN'OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE

Il global luxury resale market ha

stimato tra i 22 e i 26 miliardi di euro il trend commerciale del second hand. Gli osservatori più esperti, dal canto loro, valutano che per il prossimo decennio la crescita di questo settore si dovrebbe aggirare intorno al 10%-15% all'anno. I brand della moda, se da una parte sono attratti da questo fenomeno, dall'altra sono preoccupati per un possibile impatto negativo dell'immagine. "I nostri risultati - si legge nel report della McKinsey - confermano l'attrattiva del resale: se gestito con prudenza, infatti, l'ingresso di un marchio in questo mercato non dovrebbe erodere i

International
Technology

January
2022



► KOINOS CAPITAL ACQUIRES TRE ZETA GROUP

The company announced the acquisition of a majority stake in Tre Zeta Group, a Tuscan company leader in the production of sneakers and leather soles for the luxury fashion industry.



Tre Zeta Group has recently completed several acquisitions, including Brenta Suole, Tresse, and Lasertac. Its turnover exceeds 40 million euro (+25% in 2021 compared to 2019), and an annual increase rate of 20% between 2017 and 2020. The group, which produces around three million soles per year, has five production plants equipped with next-generation technologies, including 3D printing for a fast prototype development. Koinos Capital is an independent asset management company dedicated to private equity.

► ADIDAS OPENS A FLAGSHIP DEDICATED TO TERREX

The brand has inaugurated in Munich its first European flagship in the name of sustainability. This opening follows the one that took place a month ago in Shanghai, where the same type of store was opened.

The new store (370 square meters) is intended for the Terrex line which includes specific items for running, hiking, winter sports and outdoor activities in general. In addition to the displayed collections, the store

stands out for its green-friendly and digital approach. The brand describes it as "the most sustainable shop ever opened"; there is no wood, there is plenty of plants and a focus on digital experimentation. The project follows the one created by Nike with the 'Live' format. The Munich boutique also serves as a meeting point for the outdoor community: events, workshops or conferences are scheduled every Thursday evening, both inside and outside the store.



notizie in breve aziende paesi

margin di guadagno. Quello che è chiaro è che il second hand non si fermerà, e le aziende che scelgono di uscirne rischiano di perdere un'opportunità significativa. I brand del lusso che vogliono investire in questo mercato, infatti, devono tenere conto che il 41% degli acquirenti di beni di lusso pre-owned, desidera questi articoli in quanto prodotti difficili da trovare e in un certo senso unici". Non vanno trascurate altre motivazioni, quali l'attenzione alla sostenibilità e il

risparmio di denaro, che permette l'acquisto di questi articoli ad una fascia più ampia del mercato.

► KOINOS CAPITAL COMPRA TRE ZETA GROUP

La società ha annunciato l'acquisizione di una quota di maggioranza di Tre Zeta Group, azienda toscana leader nella produzione di soles per sneaker e in cuoio per l'industria della moda di lusso. La Tre Zeta Group ha recentemente concluso diverse acquisizioni, tra le quali figurano quella di Brenta Suole, Tresse e Lasertac. Il suo giro d'affari supera i 40 milioni di euro (+25% nel 2021 ri-

petto al 2019), e un tasso annuo di incremento del 20% tra il 2017 e il 2020. Il gruppo, che produce circa tre milioni di soles all'anno, conta cinque stabilimenti produttivi attrezzati delle più moderne tecnologie, inclusa la stampa 3D che permette un rapido sviluppo dei prototipi.

Koinos Capital è una società di gestione del risparmio indipendente dedicata all'attività di private equity.

► ADIDAS APRE UN FLAGSHIP DEDICATO A TERREX

Il brand ha inaugurato a Monaco di Baviera il primo flagship

europeo all'insegna della sostenibilità. L'apertura segue quella avvenuta un mese fa a Shanghai, dove è stato aperto lo stesso tipo di store.

Il nuovo punto vendita (370 metri quadrati) è destinato alla linea Terrex nella quale figurano articoli specifici il running, la montagna, gli sport invernali e le attività outdoor in generale. Oltre che per le collezioni esposte, lo store si differenzia per l'approccio green-friendly e digitale. Il brand lo descrive come "il negozio più sostenibile mai aperto": non vi è legno, vi sono numerose piante e si punta sulla sperimentazioni



► OVS ACQUIRES GAP'S 11 ITALIAN STORES

The operation will be completed in February of this year with the transfer of the stores. The Gap store in Milan, however, will be closed upon the rental contract expiry (November 2022).

"The partnership between the two companies – reads a press release – began in 2020 with a franchising agreement by which the GapKids brand was to be included in Ovs stores and Gap collections for men, women and children were to be sold within Ovs e-commerce. Now, the Italian brand is also going to acquire the stand alone Gap stores in Italy".

The transaction follows the announcement made on October 20 by Gap Inc., which declared

its intentions of revising its business in Europe.

"Gap is an iconic brand loved and recognized by all Italians who visit the US -said Stefano Beraldo, CEO Ovs- In developing our business model, we believe that this agreement contributes to creating value for our group and is a further step in the evolution of Ovs strategy, which becomes more and more a platform open to collaborations with other brands, consistent with its positioning and values".

"The decision to sell our business in Italy is an example of how we are working to further expand our brand on international markets, through partnerships - said Mark Breitbard, President and CEO of Gap Global".

Gap is present in over 40 coun-

tries around the world, where it operates through direct stores, franchises and e-commerce platforms.



digitale. Il progetto ricalca quello realizzato da Nike con il format 'Live'. La boutique di Monaco si propone anche come punto di incontro per la comunità outdoor: ogni giovedì sera sono previsti eventi, workshop o conferenze, sia all'interno sia all'esterno del negozio.

► OVS ACQUISISCE GLI 11 NEGOZI ITALIANI DI GAP

L'operazione si completerà a febbraio di quest'anno con la cessione dei punti vendita. Il negozio Gap di Milano, però, verrà chiuso alla scadenza del contratto di affitto (novembre 2022).

"La partnership tra le due aziende – si legge in un comunicato diffuso- è iniziata nel 2020 con un accordo di franchising che prevedeva l'inserimento del brand GapKids nei negozi Ovs e la vendita delle collezioni Gap uomo, donna, bambino nell'e-commerce Ovs. Ora il brand italiano acquisirà anche i negozi Gap stand alone presenti in Italia".

L'operazione segue l'annuncio fatto il 20 ottobre scorso da Gap Inc., che dichiarava di voler rivedere il proprio business in Europa.

"Gap è un brand iconico amato e riconosciuto da tutti gli italiani

che visitano gli Usa -ha dichiarato Stefano Beraldo, CEO Ovs- Nell'lo sviluppo del nostro modello di business, riteniamo che questo accordo contribuisca a creare valore per il nostro gruppo e rappresenti un ulteriore passo nell'evoluzione della strategia di Ovs che diventa sempre più una piattaforma aperta a collaborazioni con altri brand, coerenti con il suo posizionamento e i suoi valori".

"La decisione di cedere il nostro business in Italia rappresenta un esempio di come stiamo operando per espandere ulteriormente il nostro brand sui mercati in-

International
Technology

January
2022

► SUSTAINABLE SEA TRANSPORT – JOINED BY 9 BUSINESS GIANTS

Amazon, Inditex and Patagonia are among the first signers of the "Cargo owners for zero emission vessels (Cozev)" program. They also include Brooks Running, Frog Bikes, Ikea, Michelin, Tchibo, and Unilever. They are committed to progressively move to maritime transport that uses only ships powered by zero-carbon emissions fuels by 2040.

"This ambitious declaration – reads a note released by the group – sends an important signal of demand to the maritime value chain and to fuel



producers, for freight transport customers who want zero-carbon transport. It also indicates a greater interest on the part of consumer goods companies to work collaboratively, use

their innovation capabilities and drive economies of scale to promote a cost-effective market for zero-carbon shipping."

Current shipping, powered by heavy fuel oil, produces one bil-

lion tons of pollutant each year, and shipping accounts for 3% of all global emissions. Such percentage could rise to 10% by 2050 if the industry keeps relying on carbon-intensive fuels. With this aim, Cozev plans to work with a network of companies actively committed to the climate, adding to the already signers other companies that want to express their commitment to safeguarding the environment.

Leading Cargo Owners Stand Together for Maritime Decarbonization

Our Shared Ambition and Call for Policy Action

notizie in breve aziende paesi

ternazionali, attraverso rapporti di partnership -ha detto Mark Breitbard, presidente e CEO di Gap Global".

Gap è presente in oltre 40 Paesi nel mondo, dove opera attraverso negozi diretti, in franchising e piattaforme e-commerce.

► TRASPORTO VIA MARE SOSTENIBILE: 9 I COLOSSI DEL BUSINESS CHE HANNO ADERITO

Amazon, Inditex e Patagonia, sono tra i primi firmatari del

programma "Cargo owners for zero emission vessels (Cozev)". Insieme a loro figurano anche Brooks Running, Frog Bikes, Ikea, Michelin, Tchibo e Unilever. L'impegno è quello di passare progressivamente a un trasporto marittimo che si avvalga esclusivamente di navi alimentate da carburanti a zero emissioni di carbonio entro il 2040.

"Questa dichiarazione ambiziosa – si legge in una nota divulgata da gruppo – invia un importante segnale di domanda alla catena del valore marittimo e ai produttori di combustibile, per i clienti del trasporto merci che vogliono

un trasporto a zero emissioni di carbonio. Segnala anche un maggiore interesse da parte delle aziende di beni di consumo di lavorare in modo collaborativo, impiegare le loro capacità di innovazione e guidare le economie di scala per promuovere un mercato economicamente redditizio per il trasporto marittimo a zero emissioni di carbonio".

Il trasporto marittimo attuale, alimentato da olio combustibile pesante, produce un miliardo di tonnellate di prodotto inquinante ogni anno e il trasporto marittimo rappresenta il 3% di tutte le emissioni globali. Percentuale che po-

trebbe salire al 10% entro il 2050 se l'industria continuerà a fare affidamento su combustibili ad alta intensità di carbonio.

Con questo scopo, Cozev prevede di lavorare con una rete di aziende attive nell'impegno sul clima, aggregando ai nomi già firmatari altre aziende che vogliono manifestare il loro impegno per la salvaguardia dell'ambiente.

TECNOGIPLAST

SOLUZIONI TECNICHE INNOVATIVE PER PELLETERIA
INNOVATIVE TECHNICAL SOLUTIONS FOR LEATHER GOODS



TECNOGIPLAST S.p.A. • 28071 Borgolavezzaro (NO) - Italy • Via Del Vallo 13
Tel. +39 0321 885259 • Fax +39 0321 885869
www.tecnogiplast.com



FULLY RECYCLABLE PRODUCTS



PRODUCTS WITH HIGH CONTENT OF RECYCLED MATERIAL



GRS CERTIFIED PRODUCTS



BIODEGRADABLE PRODUCTS

**GREEN
SUSTAINABLE
PRODUCTS**
SUITABLE
FOR ANY
PRODUCTION
NEED



PRODUCTS MADE BY RENEWABLE SOURCES



**Toe-puff and counter materials for shoes.
Reinforcement materials.**

Tecnogi S.p.A. - Via del Vallo 7 - 28071 Borgolavezzaro (NO) - Tel: 0321 88821 - Fax: 0321 885333
www.tecnogi.com

