

INTERNATIONAL TECHNOLOGY

MACHINES, ACCESSORIES AND COMPONENTS FOR FOOTWEAR AND LEATHER GOODS



► MARKETS

MERCATO

53.7% of purchases made the non-EU region the largest 'buyer'

Con il 53,7% degli acquisti l'area extra-UE risulta il maggior "acquirente"

► ACTUALITY

ATTUALITÀ

Agostino Apolito takes the reins of Assomac and Simac Tanning Tech

Agostino Apolito prende le redini di Assomac e di Simac Tanning Tech

► FAIRS

FIERE

Futurmoda - Technology takes the field

Futurmoda: La tecnologia scende in campo

► TRENDS

TENDENZE

Pitti Immagine Uomo

Pitti Immagine Bimbo

► MATERIALS

MATERIALI

The most recent

I più recenti

► TECHNOLOGY

TECNOLOGIA

The latest

Le più recenti

► NEWS IN BRIEF

Notizie in breve



FAV
ALBERTI

Fratelli Alberti S.R.L.

export@fratellialberti.com - frateallialberti.com

Sustainable and 100% Recycled Sewing Threads




GT POINT
100% FILATI MADE IN ITALY



www.ctpoint.it info@ctpoint.it

"SPRINT" IS OUR PROJECT OFFERING
COMPACT and LIGHT MATERIALS



SPRINT

Compact and Ultralight

WE PRODUCE E.V.A. FOAMS IN PLATES AND INJECTION MOLDING,
TO FULFILL AT BEST FOOTWEAR AND OTHER MARKET REQUIREMENTS,
LIKE NEVER BEFORE

Made in Italy since 1968

www.selasti.com



SELASTI
S.p.A.
SETTORE LASTRE STIGO

summary



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



FRONT COVER

Fratelli Alberti S.r.l.

Via Selene, 16
21100 Varese - Italy
Tel. +39 0332 333619
Fax +39 0332 326980
siteinfo@fratellialberti.com
fratellialberti.com



FRONT COVER

ABITALIA Inc

Via Breda, 11/B Zona Ind. A
62012 Civitanova Marche (MC)
Tel. +39 0733 801086
Fax. +39 0733 897637
info@abitaliainc.it
abitaliainc.it

Editor: Carlo Leoni

Editorial director: Carlo Leoni

Photographs: Matteo Galuzzi

English translations: Adriano Donato

Printing: Grafiche Europa Snc Via Bodesine 37/A
26012 Castelleone (CR)

Subscriptions and advertising:

EDITORIALE DI INFORMAZIONI SETTORIALI s.r.l.

20090 Trezzano S/N (MI) Italy

Via Leonardo da Vinci, 43

Phone +39 02 48400645 - Fax +39 02 4454324

infsett@net2000.it

shoemachinery.com

Year XXXIII - n° 1 - January 2024

• Bimonthly periodical

• Authorization from the Milan court n. 705 -
30/12/1992

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

▶ MARKETS

mercati

53.7% of purchases made the non-EU region the largest 'buyer'

Con il 53,7% degli acquisti l'area extra-UE risulta il maggior
"acquirente"

6

Exports down, no relief from domestic market

Export in calo, il mercato interno non aiuta

10

▶ ACTUALITY

attualità

Assopellettieri opens in Florence

Assopellettieri apre a Firenze

14

Agostino Apolito takes the reins of Assomac and Simac Tanning Tech

Agostino Apolito prende le redini di Assomac e di Simac Tanning Tech

18

▶ FAIRS

fiere

La tecnologia scende in campo

La tecnologia scende in campo

20

▶ TRENDS

tendenze

Pitti Immagine Uomo

Pitti Immagine Bimbo

22

▶ MATERIALS

materiali

The most recent

I più recenti

30

▶ TECHNOLOGY

tecnologia

The latest

I più recenti

44

▶ NEWS

News in brief

Notizie in breve

58



6



18



30



22



58



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

53.7% of purchases made the non-EU region the largest 'buyer'



► Made in Italy men's fashion featured moderate growth during 2023, the same as all Textile-Clothing segments. The figures presented by Centro Studi di Confindustria Moda, in fact, highlight a turnover which, in the final analysis, should amount to 11.9 billion euro (+4.9% compared to 2022), with an overall share of 18.4% in the national textile-clothing supply chain. Positive trend, compared to 2022,

also for production (+6.5% in value). Foreign trade data is good: exports around 8.7 billion euro (+5.6%) and imports around 5.9 billion euro (+3%). When these figures are confirmed, the export incidence over the sector total turnover will rise to 73.7%.

Foreign trade in the first nine months of 2023

Based on ISTAT data, menswear exports from January

to September 2023 achieved a turnover of 7.0 billion euro (+7.6%), while imports recorded a decidedly more limited increase (+0.2%), for a total of approximately 5.2 billion euro. The trade balance was just over 1.8 billion euro; compared to the figure for the first nine months of 2022, therefore, there was a growth of 36.8%, approximately 487 million euro.

The trend in menswear sales was good both in the EU region (+7.7%) and non-EU ones (7.6%). The EU market covered 46.3% of the sector's total exports, while the non-EU one was the largest "buyer" of made in Italy menswear, absorbing 53.7%.

As regards imports, the data provided by Confindustria Moda indicate a growth of 17.6% for the EU market, and a decline of 11.2% for the non-EU region; the former accounted for 46.4% of men fashion's Italian purchases, while the latter delivered 53.6% of supplies.

The main destinations for sales of made in Italy menswear were,

primo piano mercati

Trend economico della moda maschile italiana, nel 2023-2024, attraverso i dati di Confindustria Moda

Con il 53,7% degli acquisti l'area extra-UE risulta il maggior "acquirente"

► Crescita moderata nel corso del 2023 anche per la moda maschile made in Italy, come lo è stata per tutti i comparti del Tessile-Abbigliamento. I numeri presentati dal Centro Studi di Confindustria Moda, infatti, evidenziano un fatturato che, a consuntivo, si dovrebbe attestare a 11,9 miliardi di euro (+4,9% rispetto il 2022), con una quota complessiva del 18,4% nella filiera Tessile-Abbigliamento nazionale. Trend positivo, rispetto al 2022,

anche per la produzione (+6,5% in valore). Bene i dati riguardanti lo scambio con l'estero: export circa 8,7 miliardi di euro (+5,6%) e import intorno ai 5,9 miliardi (+3%). L'incidenza dell'export sul fatturato totale del comparto, se verranno confermati questi fatturati, passerà al 73,7%.

Commercio estero nei primi nove mesi del 2023

Sulla base dei dati ISTAT, l'export di menswear da gennaio a settembre

2023 ha realizzato un fatturato di 7,0 miliardi di euro (+7,6%), mentre l'import ha fatto registrare un aumento decisamente più contenuto (+0,2%), per un totale di 5,2 miliardi circa.

Il saldo commerciale risulta di poco superiore a 1,8 miliardi di euro: rispetto al dato dei primi nove mesi del 2022, quindi, si registra una crescita del 36,8%, circa 487 milioni di euro.

Buono il trend delle vendite di menswear sia nelle aree UE

ITALIAN MEN'S FASHION INDUSTRY (2018-2023*)

(Millions of euro)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Turnover	9,516	10,147	8,169	9,410	11,316	11,873
Change %		6.6	-19.5	15.2	20.3	4.9
Value of production	4,648	4,681	3,686	4,363	4,729	5,037
Change %		0.7	-21.3	18.4	8.4	6.5
Exports	6,396	7,029	5,858	6,641	8,286	8,748
Change %		9.9	-16.7	13.4	24.8	5.6
Imports	4,294	4,631	3,699	3,994	5,763	5,936
Change %		7.8	-20.1	8.0	44.3	3.0
Trade balance	2,102	2,398	2,160	2,647	2,523	2,812
Final consumption	6,556	6,285	4,395	5,363	5,878	5,949
Change %		-4.1	-30.1	22.0	9.6	1.2
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	67.2	69.3	71.7	70.6	73.2	73.7

in order: France (+17.7%), with a total of 12.0% of purchases; followed by Germany (+0.8%), which absorbed a 10.5% share of men's exports. The United States (+7.7%), which represents 9.3% of men's fashion exports, follows in third place. Flows to Switzerland, which is in fourth position, dropped to 564 million euro. China remains in fifth place: menswear sales to the country increased by 5.0% compared to the same period of 2022. Good were the sales to South Korea (+20.6%), Japan (+19.1%), and Hong Kong a (+23.6%). Spain moves into sixth position thanks to a growth in purchases of 9.4%; followed by the United Kingdom (-3.7%), the Netherlands (-0.1%), Poland (+23.6%), and Russia (+46.8%). Finally, with an incidence of less than 2.0% each, were Austria (+2.4%) and Belgium (-5.8%). In the first nine months of 2023, overall sales of men's fashion exceeded the pre-Covid trend by 1.5 billion euro; more precisely, they grew by 26.1% in value. Among the supply markets, China proved to be the top supplier in the sector with an incidence of 12.9%, despite showing a double-digit

decline of -24.4% compared to the same period in 2022. Bangladesh, in second position, also showed a double-digit decline (-16.5%). In third position is France, up by +21.1%; followed by the Netherlands – the traditional entry point for goods from Asia – which recorded a performance of +20.1%. Among the top 15 remaining suppliers, Turkey (-4.2%), Pakistan (-7.9%), and Vietnam (-15.8%) were decreasing, while all the other main supply countries showed some positive dynamics, ranging between +2.4% for Albania, in thirteenth position, and +77.0% for

Switzerland, in twelfth. Compared with pre-Covid 19 levels, imports were +21.2% higher (almost 913 million euro more.)

Domestic consumption

Overall, in the period September 2022 to February 2023, the sector recorded a positive trend in purchases by Italian families (+7.7%). In general, growth was positive for all product categories, with the exception of leather clothing (-5.7%). Men's clothing, which covers 54.6% of the sector's sell-out, grew in value by 8.4% in the period considered; again

Source: Confindustria Moda based on ISTAT, Sita Ricerche and Internal Research.
* Estimates

(+7,7%) sia in quelle extra-UE (7,6%). Il mercato UE copre il 46,3% dell'export totale di settore, mentre l'extra-UE risulta il maggior "acquirente" del menswear made in Italy, assorbendo il 53,7%. Per ciò che riguarda le importazioni i dati forniti da Confindustria Moda indicano una crescita del 17,6% per il mercato UE, e un calo dell'11,2% per l'area extra-UE: dalla prima proviene il 46,4% degli acquisti italiani di moda uomo, mentre l'area extra-UE garantisce il 53,6% delle forniture. Le principali destinazioni delle vendite di menswear made in Italy sono nell'ordine: la Francia

(+17,7%), con un totale del 12,0% degli acquisti, seconda la Germania (+0,8%), che assorbe una quota del 10,5% delle esportazioni maschili. Seguono al terzo posto gli Stati Uniti (+7,7%), che rappresentano il 9,3% dell'export di moda uomo. I flussi verso la Svizzera, che si trova in quarta posizione, calano a 564 milioni di euro. La Cina si mantiene al quinto posto: le vendite di menswear verso il Paese sono aumentate del 5,0% rispetto allo stesso periodo del 2022. Bene le vendite verso la Corea del Sud (+20,6%), il Giappone (+19,1%) e Hong Kong un (+23,6%). La Spagna passa in sesta posizione

grazie a una crescita degli acquisti del 9,4%. Seguono il Regno Unito (-3,7%), i Paesi Bassi (-0,1%), la Polonia (+23,6%) e la Russia (+46,8%). Infine, con un'incidenza inferiore al 2,0% ciascuna, figurano l'Austria (+2,4%) e il Belgio (-5,8%). Nei primi nove mesi del 2023 le vendite complessive di moda uomo hanno superato di 1,5 miliardi di euro il trend pre-Covid: più precisamente sono cresciute del 26,1% in valore. Tra i mercati di approvvigionamento, la Cina si è confermata il top supplier di comparto con un'incidenza del 12,9%, nonostante a confronto con il medesimo periodo dell'anno 2022

International Technology

January 2024

ITALIAN MEN'S FASHION*: FOREIGN TRADE BY COUNTRY (*) (January-September 2023)

IMPORT				EXPORT			
Countries of origin	Millions of Euro	Change %	Share %	Countries of destination	Millions of Euro	Change %	Share %
Total	5,216	0.2	100	Total	7,027	7.6	100
of which				of which			
UE 27 post-Brexit	2,422	17.6	46.4	UE 27 post-Brexit	3,254	7.7	46.3
Ex. UE 27 post-Brexit	2,793	-11.2	53.6	Ex. UE 27 post-Brexit	3,772	7.6	53.7
Top 15: suppliers				Top 15: customers			
China	672	-24.4	12.9	France	843	17.7	12.0
Bangladesh	638	-16.5	12.2	Germany	738	0.8	10.5
France	451	21.1	8.7	United States	656	7.7	9.3
Netherlands	353	20.1	6.8	Swiss**	564	-20.8	8.0
Romania	345	26.6	6.6	China	433	5.0	6.2
Spain	304	4.6	5.8	Spain	392	9.4	5.6
Germany	275	17.9	5.3	United Kingdom	365	-3.7	5.2
Belgium	255	27.9	4.9	South Korea	317	20.6	4.5
Tunisia	232	9.9	4.4	Japan	253	19.1	3.6
Turkey	212	-4.2	4.1	Netherlands	244	-0.1	3.5
Pakistan	126	-7.9	2.4	Hong Kong	209	23.6	3.0
Swiss	118	77.0	2.3	Poland	163	23.6	2.3
Albania	107	2.4	2.0	Russia	139	46.8	2.0
Bulgaria	106	22.1	2.0	Austria	126	2.4	1.8
Vietnam	102	-15.8	2.0	Belgium	115	-5.8	1.6

Source: Confindustria Moda on ISTAT data

(*) The aggregate includes junior products

(**) To be considered primarily logistic and commercial hub.

in value, outer knitwear (which represents 27.1% of consumption) gained 7.3%. Sales of shirts and ties, also in value, recorded +6.4% and +12.4%, respectively, albeit with very different shares: 16.3% the former and 1.1% the latter. Positive trend also for volume sales of men's clothing and knitwear: +6.1% and +5.7%, respectively. The sale of men's shirts and ties grew by 4.1% and 11.9% in volume, respectively. The leather clothing trend was negative also in quantity (-4.4%).

Distribution trends

The single-brand/franchising chains (45.7% of the market) showed double-digit growth (+22.6%). Also large stores (+12.2%) and department stores (+9.4%) featured increases in sell-out. Good was also the performance of e-commerce (+15.6%).

The other channels declined: -10.1% the traditional channel, with a market share of 20.1%, while street vendors and outlets/stock shops, although with more limited consumption bits, both recorded losses of around -22.5%.

primo piano mercati

mostri una flessione a doppia cifra, pari al -24,4%.

Anche il Bangladesh, in seconda posizione, presenta un calo double-digit (-16,5%). In terza posizione figura la Francia, in crescita del +21,1%; seguono poi i Paesi Bassi, tradizionale ingresso per merci di provenienza asiatica, che registrano una performance del +20,1%.

Tra i restanti fornitori della top 15 figurano in flessione la Turchia (-4,2%), il Pakistan (-7,9%) e il Vietnam (-15,8%), mentre tutti gli altri principali paesi di approvvigionamento evidenziano delle dinamiche positive, comprese tra il +2,4% dell'Albania, in

tredicesima posizione, e il +77,0% della Svizzera, in dodicesima.

A confronto con i livelli pre-Covid 19, le importazioni risultano superiori del +21,2% (quasi 913 milioni di euro in più).

Consumi interni

Da settembre 2022 a febbraio 2023, nel complesso, il comparto ha archiviato un trend positivo degli acquisti da parte delle famiglie italiane (+7,7%). In generale la crescita è stata positiva per tutte le merceologie, ad eccezione della confezione in pelle (-5,7%). La confezione maschile, che copre il 54,6% del sell-out settoriale, nel

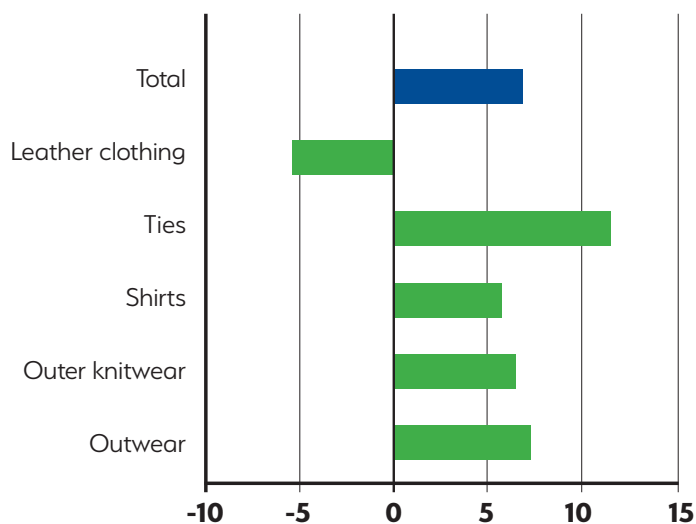
periodo considerato è cresciuta in valore dell'8,4%; sempre in valore, la maglieria esterna (che rappresenta il 27,1% dei consumi) ha guadagnato il 7,3%. Le vendite di camiceria e di cravatte, anch'esse in valore, hanno fatto registrare rispettivamente un +6,4% e un +12,4%, pur con quote molto diverse: 16,3% le prime e 1,1% le seconde. Trend positivo anche per le vendite in volume di abbigliamento e maglieria maschile: rispettivamente +6,1% e +5,7%. La vendita di camiceria maschile e cravatte, cresce rispettivamente del 4,1% e dell'11,9% in volume. Negativo anche in quantità il trend della confezione in pelle (-4,4%).

MEN'S FASHION: CONSUMPTION AND DISTRIBUTION ON THE ITALIAN MARKET*

(Fall / Winter Season 2022-2023)

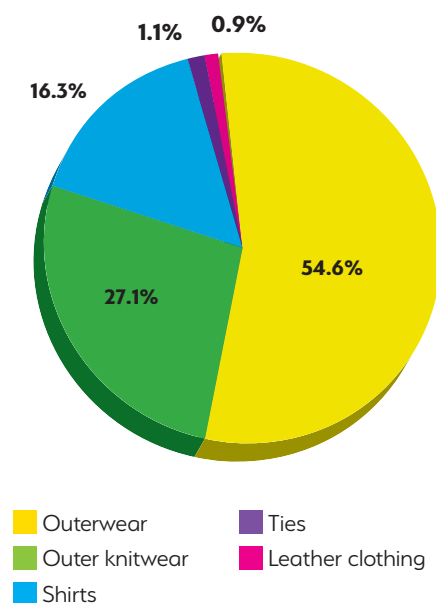
Trend sell-out: analysis by product

(Var% trend of consumption in value in each channel)



The sell-out network: analysis by product

(% Share of overall consumption, in value)



IL TUO LAVORO. LA NOSTRA PRIORITÀ.
YOUR WORK. OUR PRIORITY.



Scopri la nostra gamma di prodotti selezionati con l'esperienza di una storia di successi e l'impegno costante a fornirti articoli di qualità al miglior prezzo.

Discover our range of products selected with the experience of a history of successes and the constant commitment to provide you with quality items at the best price.

Scopri tutti i prodotti sul nostro sito o scansiona il QR Code:

Discover all the products on our website or scan the QR Code:



www.sollini.com

SOLLINI+
SMART SELECTION

Italy – Baby's fashion in 2023

Exports down, no relief from domestic market



► In general, the year 2023 market decline also affected baby's fashion and it could not have been otherwise given the troubles that still impact the foreign countries' economies and the very domestic market, in which the end-of-season sale also recorded a challenging trend.

According to the forecasts made by the Centro Studi di Confindustria Moda, Italian junior fashion, influenced in particular by the

domestic market trend, will close 2023 with a turnover of 3.17 billion euro (-0.4%). Production also fell by -1.5%.

Across border, the trade performance should achieve growth by +1.5%, with an export amount of 1,486 million euro (46.9% of the sector turnover.)

In the final balance, however, a decline of 3.6% is expected for imports, which should amount to just over 2.6 billion euro. Due to

the import and export dynamics, the trade balance will be around -1.1 billion. euro

Negative trend also for domestic consumption, for which a decline of around -3.7%, compared to the result achieved in 2022, is estimated. The gap compared to the 2019 market final figure would be -5.5%.

According to the ISTAT data, with reference to the first 9 months of 2023, the export of baby fashion (for which the customs items and, therefore, the trade flows by country can be isolated), which in the same period of 2022 had suffered a loss of -8.8%, recorded growth of +0.6%, reaching 122.6 million euro.

Trends in importing countries

In the period January-September 2023, the top four Italian childrenswear's destination markets showed declines, recording a trend in contrast to the average figure. As already verified in recent years, Spain proved to be the main outlet market, despite the double-digit contraction

primo piano mercati

Italia, la moda bimbo nel 2023

Export in calo, il mercato interno non aiuta

► La flessione del mercato rilevata nel corso del 2023, in generale, ha interessato anche la moda bambino, e non poteva essere diversamente viste le problematiche che ancora pesano sulle economie dei paesi esteri e dello stesso mercato interno, nel quale anche i saldi hanno fatto registrare un trend particolarmente difficile. Secondo le stime di Confindustria Moda, la moda junior italiana chiuderà il 2023 con un fatturato di 3,17 miliardi di euro (-0,4%). In flessione anche la produzione (-1,5%). Le performance commerciali oltre confine si dovrebbero confermare

in crescita (+1,5%), con un valore delle esportazioni di 1.486 milioni di euro (46,9% del turnover settoriale).

A consuntivo, invece, si prevede una flessione del 3,6% per l'import, che si dovrebbe attestare a poco più di 2,6 miliardi di euro. Per effetto delle dinamiche di import ed export, il saldo commerciale si aggirerà intorno a -1,1 miliardi.

Trend negativo anche per i consumi nazionali, per i quali si stima una flessione nell'ordine del 3,7% rispetto al risultato raggiunto nel 2022. Il gap rispetto al consuntivo di mercato

2019 si attesterebbe sul -5,5%. Secondo quanto rilevato da ISTAT, con riferimento ai primi 9 mesi 2023, l'export di moda bébé (per la quale si possono isolare le voci doganali e, quindi, i flussi commerciali per Nazione), che nel medesimo periodo del 2022 aveva accusato una perdita del -8,8%, ha registrato una crescita pari al +0,6%, portandosi a 122,6 milioni di euro.

Trend dei Paesi importatori
La Spagna, come già verificato negli ultimi anni, si conferma

ITALIAN JUNIOR FASHION INDUSTRY ⁽¹⁾ (2018-2023*)

(Millions of euro)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Turnover	2,980	3,100	2,643	3,051	3,184	3,170
Change %		4.0	-14.7	15.5	4.3	-0.4
Value of production	943	930	795	929	950	935
Change %		-1.4	-14.5	16.8	2.2	-1.5
Exports	1,196	1,275	1,100	1,305	1,465	1,486
Change %		6.6	-13.7	18.6	12.2	1.5
Imports	1,974	2,117	1,780	1,977	2,720	2,623
Change %		7.2	-15.9	11.1	37.5	-3.6
Trade balance	-777	-842	-679	-672	-1,255	-1,136
Final consumption	4,155	4,105	3,361	3,853	4,030	3,879
Change %		-1.2	-18.1	14.6	4.6	-3.7
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	40.1	41.1	41.6	42.8	46.0	46.9

in purchases (-13.3%); France followed (-5.1%). Switzerland – a traditional fashion logistics/distribution hub – fell by -30.5%, thus slipping to third place; exports to the United Kingdom lost -4.5%. The United States performance was positive, recording growth of 85.0%. Recording a decline of 4.8%, Germany ranked sixth. The United Arab Emirates, after the loss recorded in the first 9 months of 2022, stabilized with +0.3%. Sales of baby fashion destined for the Russian market began to decline again (-11.2%), while China ranked among the main destination markets for newborn clothing.

Imports and supplying countries

Imports, which recorded a lively increase (+32.2%) from January to September 2022, showed a negative change of -4.5% in the first nine months of 2023. Spain, with a positive variation of +23.7% and an incidence of 24.2% on the total imported, gained the first place in the supplier ranking. Against a decline of 29.6%, China dropped to second position, going to 16.8% of the total. Imports from Bangladesh fell by 25.2%, reaching 12.3%. Instead, favourable dynamics

characterized flows from France and the Netherlands, increasing by +37.5% and +47.6%, respectively. India, in sixth place in the supplier ranking, showed a double-digit negative change (-21.9%), reaching 15.6 million euro.

Domestic consumption

Based on a survey made by Sita Ricerca on behalf of SMI, the Textile-Clothing product set recorded a growth in sales equal to +5.9% in value (+2.3% in volume.) In this context, junior fashion

recorded a variation of +3.3% in value, while in volume the trend is equal to +1.3%. From a chronological standpoint, the A/W season began with the negative two-month period of September-October 2022: it recorded a drop of 5.3% in value and -4.4% in volume. The other two two-month periods were positive: November-December +7.6% in spending and +3.9% in volume; similarly in January February growth of +6.7% in value and +4.6% in volume was recorded.

Source: Confindustria Moda based on ISTAT, Sita Ricerca and Internal Research.

(1) Junior knit and fabric clothing 0-14 years, underwear and accessories included
* Estimates

il primo mercato di sbocco, nonostante la contrazione degli acquisti a doppia cifra (-13,3%); segue la Francia (-5,1%). La Svizzera - tradizione hub logistico/distributivo del fashion - flette del -30,5%, scivolando così al terzo posto; l'export desti-nato al Regno Unito perde il 4,5%. Positiva la performance degli Stati Uniti, che mettono a segno una crescita dell'85,0%. La Germania, con una flessione del 4,8%, si posiziona al sesto posto. Gli Emirati Arabi Uniti, dopo la perdita registrata nei primi 9 mesi del 2022, si stabilizzano con un +0,3%. Torna a calare le vendite di moda bébé

destinate al mercato russo (-11,2%), mentre la Cina si colloca tra i principali mercati di destinazione dell'abbigliamento per neonati.

Le importazioni e i Paesi fornitori

Le importazioni, che da gennaio a settembre 2022 avevano rilevato un vivace aumento (+32,2%), nei primi nove mesi del 2023 presentano invece una variazione negativa pari al -4,5%. La Spagna, con una variazione positiva del +23,7% e un'incidenza del 24,2% sul totale importato, conquista il primo posto nella classifica dei fornitori.

La Cina, a fronte di una flessione del 29,6%, scende in seconda posizione, passando al 16,8% sul totale. L'import dal Bangladesh cala del 25,2%, portandosi a quota 12,3%. Dinamiche favorevoli caratterizzano invece i flussi da Francia e Paesi Bassi, rispettivamente in aumento del +37,5% e del +47,6%. L'India, al sesto posto della graduatoria fornitori, evidenzia una variazione negativa a doppia cifra (-21,9%), attestandosi a 15,6 milio-ni di euro.

Consumi interni

Nel contesto la moda junior archivia una variazione del +3,3%

International
Technology

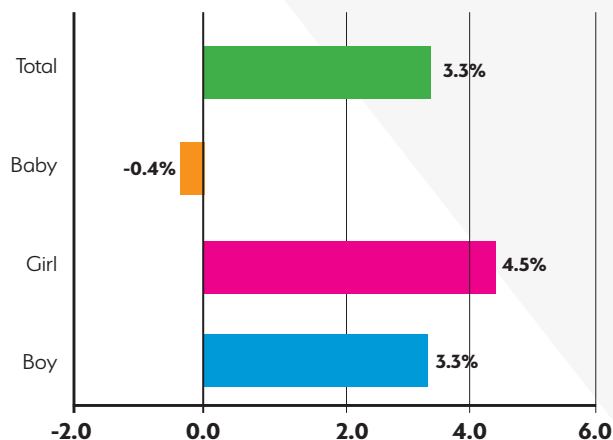
January
2024

JUNIOR FASHION: CONSUMPTION AND DISTRIBUTION ON THE ITALIAN MARKET*

(Fall / Winter Season 2022-2023)

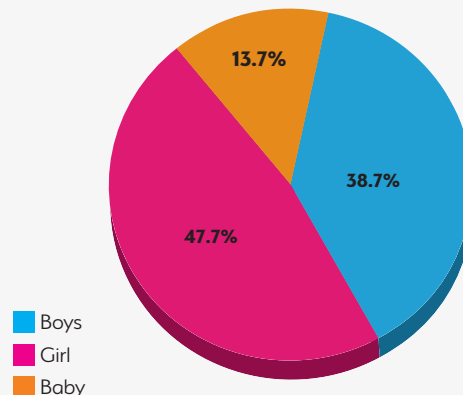
Trend sell-out: analysis by stylistic area

(Var% trend of consumption in value in each channel)



The sell-out network: analysis by stylistic area

(% Share of overall consumption, in value)



Distribution

The junior segment saw the chains' leadership confirmed (48.6% of the market). In the period monitored, the sell-out of this format grew by 7.4%: the 'little-girl' segment +8.5%; the 'little-boy' segment +8.3%; the growth for the 'newborn' segment was more limited, +2.5%.

Large-scale retail trade gained 2.7%, still covering 29.5% of the junior market. Large stores were also positive (+5.3%); 'little-boy',

+6.2%; 'newborn', +2.6%; while the 'little-girl' segment showed a slight decline (-0.5%).

In the season under review, independent retail covered 11.6% of consumption, despite a drop of 4.3%. The 'little-boy' and 'newborn' segments both lost approximately 10.5%, while the 'little-girl' segment recorded growth of 4.0%.

Street vendors and outlets/stock shops were down: -11.5% for the former and -37.8% for the latter. The share of both was however

limited, with 2.0% for the former and 0.7% for the latter.

E-commerce recorded growth of 10.4%: +14.8% for the 'little-girl' segment, followed by +11.6% for the 'little-boy' one. There was a decline in the 'newborn' market (-27.1%), a trend which, however, did not jeopardize the channel dynamics; in fact, the online market share rose to 6.6% from 6.2% in the previous A/W season. ◀

primo piano mercati

a valore, mentre, parallelamente, a volume il trend risulta pari al +1,3%. Sotto il profilo cronologico la stagione A/I è iniziata con il bimestre settembre-ottobre 2022 negativo: ha registrato un calo del 5,3% a valore e un -4,4% in volume. Positivi gli altri due bimestri: novembre-dicembre +7,6% in spesa e +3,9% in volume; similmente nel gennaio-febbraio si sono rilevate crescite pari al +6,7% a valore e al +4,6% in volume.

Distribuzione

Lo junior ha visto confermata la leadership delle catene (48,6% del mercato). Nel periodo monitorato,

il sell-out di tale format è cresciuto del 7,4%: il segmento "bambina" +8,5%, il "bambino" +8,3%.

Contenuta la crescita per il "neonato", +2,5%.

La GDO ha guadagnato il 2,7%, coprendo comunque il 29,5% del mercato junior. Positive sono risultate anche le Grandi Superfici (+5,3%): il "bambino" +6,2%, il "neonato" +2,6%, mentre il segmento "bambina" ha evidenziato una lieve flessione (-0,5%).

Il dettaglio indipendente nella stagione in esame ha coperto l'11,6% dei consumi, nonostante un calo del 4,3%. Il segmento "bambino" e "neonato" hanno perso entrambi

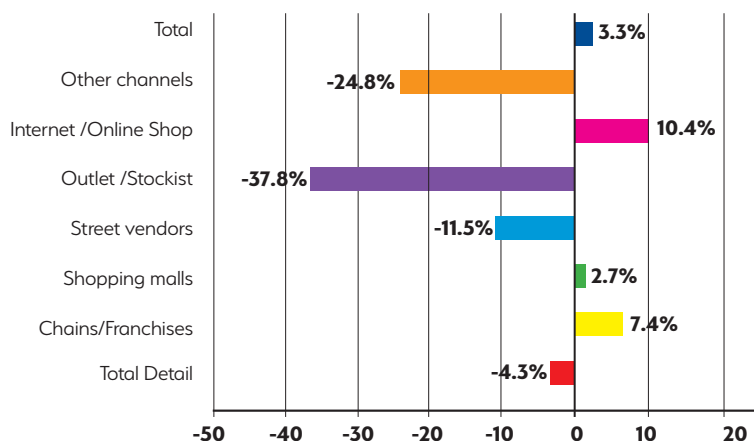
circa il 10,5%, mentre il segmento "bambina" ha registrato una crescita del 4,0%.

In flessione l'ambulante e gli outlet/ negozio stockista: -11,5% il primo e -37,8% il secondo.

L'e-commerce ha fatto registrare una crescita del 10,4%: +14,8% per il segmento "bambina", seguita dal +11,6% per il "bambino". In flessione il "neonato" (-27,1%), trend, però, che non ha compromesso la dinamica del canale: infatti la quota di mercato dell'on-line è salita al 6,6% dal 6,2% della precedente stagione A/I.

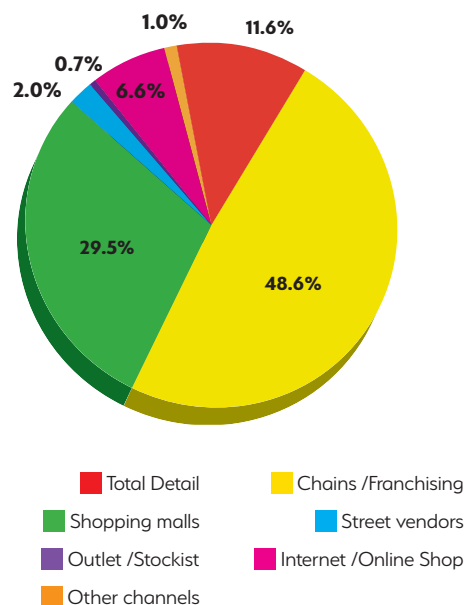
Trend sell-out: by distribution channel

(Var% trend of consumption in value in each channel)



The distribution network: analysis by channel

(% Share of overall consumption, in value)



Source: Confindustria Moda on Sita Ricerca data

(*) Data refer only to purchases of italian families; stocks and consumption extra-family not included.

TEGO

LEATHER GOODS MACHINERY FROM BAGS TO WALLET



TEIGO 640 DX



TEIGO BIC3



TEIGO R20



TEIGO BIC4

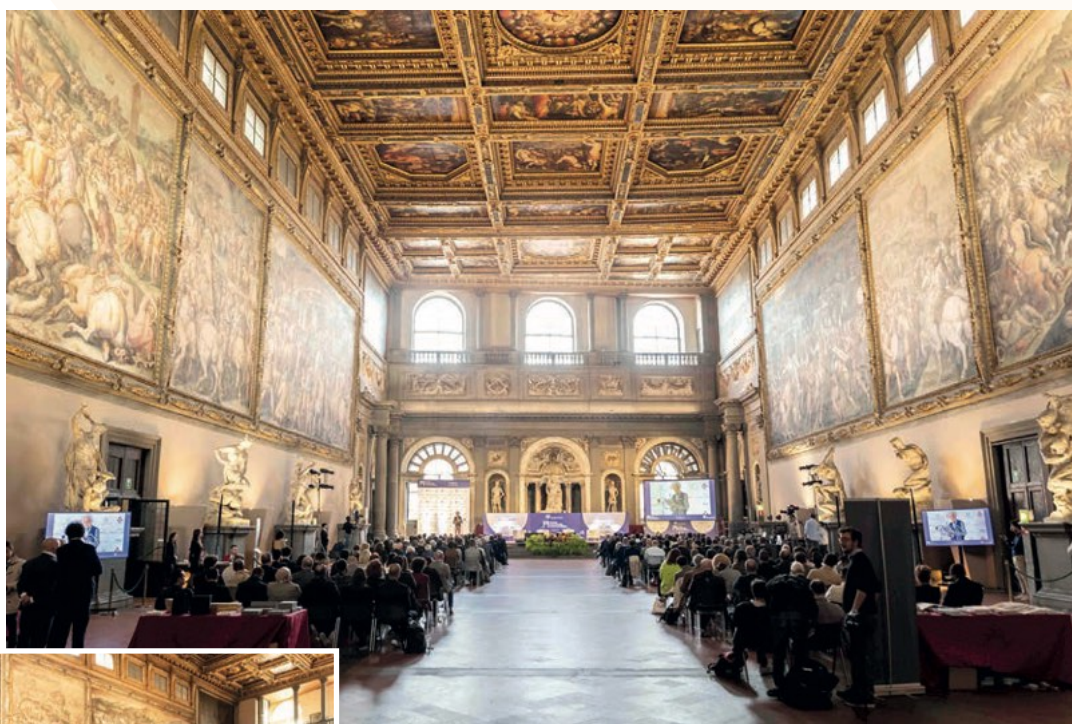


info@tego.it

tegosrl.com

Leather goods – Made in Italy fashion's strategic sector

Assopellettieri opens in Florence



► The fourth edition of the 'Stati Generali della Pelletteria' conference – organized by Assopellettieri in October last year, in collaboration with The European House-Ambrosetti and sponsored by Intesa Sanpaolo – enabled to delve into current and

essential issues for all the sector's players, such as training, supply chain industrial sustainability, and international competitiveness. Authoritative figures from the business world and Italian institutions participated in the event. Among them, Matteo

primo piano
attualità

Pelletteria, settore strategico della moda made in Italy

Assopellettieri apre a Firenze

► La quarta edizione del Convegno "Stati Generali della Pelletteria", organizzato da Assopellettieri nel mese di ottobre dello scorso anno, in collaborazione con The European House – Ambrosetti e Intesa Sanpaolo, in qualità di sponsor, ha permesso di approfondire tematiche attuali e imprescindibili per tutti gli attori del settore, quali: formazione, sostenibilità industriale della filiera e competitività internazionale. L'evento ha visto la partecipazione di autorevoli figure del mondo imprenditoriale e delle Istituzioni italiane.

Tra le quali quella di Matteo Zoppas, Presidente Agenzia ICE: Inizio modulo "La pelletteria si conferma essere uno dei comparti di maggior importanza del business della moda. Proprio il Fashion, insieme al Food e al Furniture è uno dei settori fondamentali del Made in Italy, capace di esportare nel 2022 per 80 miliardi di euro: sono 10 i miliardi generati dal settore pelletteria, con una crescita del 6% anche nei primi sei mesi del 2023 ed esportazioni per 5,6 miliardi di euro. Questi sono numeri che testimoniano la capacità dei nostri imprenditori e

la qualità dei prodotti made in Italy, entrambi sostenuti nel loro percorso di internazionalizzazione da ICE". Carlo e Giovanni Briccola di Bric's Industria Valigeria Fine hanno portato il loro punto di vista da insider di successo, raccontando la storia di un'eccellenza Made in Italy del settore travel che ha saputo fronteggiare con successo le sfide del passaggio generazionale. Riccardo Braccialini, Vicepresidente di Assopellettieri, e Massimiliano Guerrini, Consulente Responsabile dell'Area Formazione di Assopellettieri, hanno sottolineato

Zoppas, President of Agenzia ICE: "Leather goods prove to be one of the major fashion business sectors. Fashion, indeed, along with Food and Furniture, is one of Made in Italy essential sectors capable of exporting 80 billion euro in 2022: 10 were the billion euro generated by the leather goods sector, with a growth of 6% even in the first six months of 2023, and exports of 5.6 billion euro. These figures testify the skills of our entrepreneurs and quality of Made in Italy products, both supported in their internationalization journey by ICE."

Carlo and Giovanni Briccola of Bric's Industria Valigeria Fine brought their point of view as successful insiders, telling the story of Made in Italy excellence in the travel sector capable of successfully face the generational transition's challenges.

Riccardo Braccialini, Vice President of Assopellettieri and Massimiliano Guerrini, Consultant Responsible for the Training Area of Assopellettieri, underlined the importance of new technologies, such as augmented and virtual reality, particularly popular among young people.

The need to develop prestigious training institutions, with completely innovative curricula, finds an initial response in the project created by Assopellettieri, which will soon open a training school dedicated to the leather goods sector in Tuscany. The long-term goal is to extend the establishment of similar schools in the main leather districts. A study made by The European House-Ambrosetti, in collaboration with Assopellettieri, outlined the sector numbers and the future challenges for Italian leather goods companies.

The data presented by Flavio Sciuccati, Senior Partner-Industry Manager, The European House-Ambrosetti, showed that, globally,

"Leather goods account for 8% of the whole Fashion sector, which is worth 2,500 billion euro and over 20% of the Luxury segment alone, whose weight is 350 billion euro. Italy contributes in the latter with its turnover of 14 billion euro." Leather goods are first among the Italian fashion supply chains in terms of trade balance and within the sector, comprising tannery, leather goods, and footwear. Italy is the leader in terms of sector's headcount, followed by Portugal with 140,000 resources (less than a third of the Italian ones). Such a success comes from a system unique in the world, within which three major components operate in strong synergy: lifestyle brands/industrial platforms, large



Florence

l'importanza delle nuove tecnologie, in particolare quelle in uso tra i giovani come la realtà aumentata e quella virtuale.

La necessità di sviluppare enti formativi di prestigio, con moduli di studio completamente innovativi, trova una prima risposta nel progetto di Assopellettieri, che si appresta ad aprire in Toscana una scuola formativa dedicata al settore della pelletteria. L'obiettivo a lungo termine è estendere la creazione di questo tipo di scuole nei principali distretti della pelletteria.

Lo studio condotto da The European House-Ambrosetti, in collaborazione con Assopellettieri, ha delineato i

numeri del settore e le sfide future per le aziende della pelletteria italiana. Nei dati presentati da Flavio Sciuccati, Senior Partner-Responsabile Industria, The European House - Ambrosetti, è emerso che, a livello mondiale "la Pelletteria vale l'8% dell'intero settore Moda, che vale 2500 miliardi di euro e oltre il 20% del solo segmento Lusso, il cui peso è di 350 miliardi. In quest'ultimo comparto, l'Italia contribuisce per 14 miliardi con il suo giro d'affari". La pelletteria risulta prima tra le filiere italiane della Moda per saldo commerciale e all'interno del comparto, che include conceria,

pelletteria e calzature. L'Italia è leader per numero di addetti, seguita dal Portogallo con 140.000 risorse (meno di un terzo di quelle italiane). Questo successo è il risultato di un sistema unico al mondo, entro cui tre componenti egualmente importanti operano in forte sinergia: brand lifestyle/piattaforme industriali, grandi produttori e brand di pelletteria, tre anime che coesistono sul territorio in modo integrato, generando competenze, know-how e valore aggiunto per tutto il comparto.

La pelletteria italiana affronta oggi sfide significative, a causa del rallentamento dei mercati

International
Technology

January
2024

producers, and leather goods brands; three souls that coexist in the territory in an integrated way, generating skills, know-how, and added value for the entire sector. The Italian leather goods sector is facing significant challenges, resulting from the slowdown in markets due to the complex global geopolitical context. The sector has grown but production volumes have not, and a major slowdown for the big brands is looming. Furthermore, these challenges include strong investments in sustainability, internationalization, and digitalisation, but the training and attraction of new resources is truly crucial and transversal to all three souls of leather goods. Therefore, three are the essential issues: enhancing training, balancing big brands and supply chain, and supporting and driving leather goods brands towards internationalization and sustainability. At the same time, the importance of urgently addressing the training issue also at an institutional level was underlined, as well as the promotion of investments to bring production back to Italy and the

implementation of tax incentives for investing, young people-hiring, and training-promoting companies. The Conference closed with the intervention of Claudia Sequi, President of Assopellettieri, who summarized the Association's initiatives and the requests made to the Institutions: "As an Association we intend to address the current challenges, with a spirit of collaboration which includes all companies. Our first step will be the opening of an office in Florence. An important initiative which will certainly be followed by others. Furthermore, in order to keep being the leaders

in production and creativity, we will ask the government for an extraordinary commitment in defending the excellence and uniqueness of Made in Italy, to support investments in training and promote internalisation, supporting all companies, even the smallest ones."

During the event, important special prizes were awarded to leading figures in the leather goods industry; The BEST EBITDA MARGIN 2023 Award sponsored by Intesa Sanpaolo was awarded to TRIPEL DUE S.r.l., while the TOP EMPLOYER 2023 Award by Gi Group was awarded to DiMar GROUP S.p.a. The 'Artigiano dell'Anno 2023' (2023 Craftsman of the Year) Award sponsored by Starhotels was awarded to BOLDRINI SELLERIA S.r.l. and, finally, the 'Eccellenza Aziendale nella Gestione Integrata del Procurement 2023' (2023 Corporate Excellence in Integrated Procurement Management) Award sponsored by Expense Reduction Analysts (ERA) was awarded to PELLETTIERIE BIANCHI & NARDI S.p.a. ◀



Claudia Sequi
President of Assopellettieri

primo piano attualità

dozuto al complesso contesto geopolitico mondiale. Il settore è cresciuto ma non sono cresciuti i volumi di produzione e incombe all'orizzonte una grande frenata dei grandi brand. Inoltre, queste sfide includono forti investimenti in sostenibilità, internazionalizzazione e digitalizzazione, ma davvero cruciali e trasversali a tutte e tre le anime della pelletteria si configurano la formazione e l'attrazione di nuove risorse.

Tre, dunque, i temi fondamentali: il potenziamento della formazione, l'equilibrio tra i grandi brand e la supply chain e il sostegno ai brand della pelletteria verso tematiche

come l'internazionalizzazione e la sostenibilità. Parallelamente, è stata sottolineata l'importanza di affrontare con urgenza il tema della formazione anche a livello istituzionale, così come la promozione degli investimenti per riportare le produzioni in Italia e l'implementazione di incentivi fiscali per le imprese che investono, assumono giovani e promuovono la formazione.

I lavori del Convegno si sono chiusi con l'intervento di Claudia Sequi, Presidente di Assopellettieri, che ha sintetizzato le iniziative dell'Associazione e le richieste fatte alle Istituzioni, dicendo: "Come

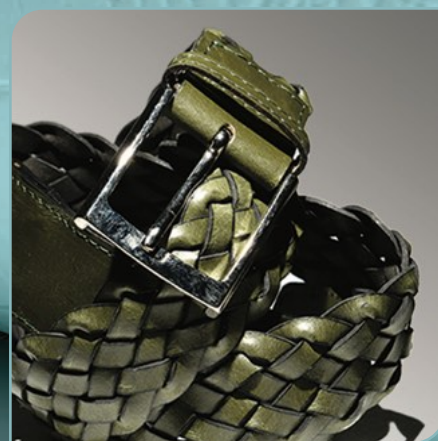
Associazione intendiamo affrontare le sfide attuali, con uno spirito di collaborazione che include tutte le aziende. Un primo passo lo stiamo facendo con l'apertura di una sede a Firenze. Un'iniziativa importante alla quale ne seguiranno sicuramente altre. Inoltre, affinché si possa continuare a essere leader nella produzione e nella creatività, chiediamo al governo un impegno straordinario nella difesa dell'eccellenza e dell'unicità del Made in Italy, di sostenere gli investimenti in formazione e promuovere l'internazionalizzazione, supportando tutte le aziende, anche le più piccole".

PRODOTTI ALFA

BONDED LEATHER SINCE 1958

From Fashion To Forniture

Bonded Leather Can Be Used In Different Application Areas



Natural Alternative to Leather 100% Recycled



Baton passing in Assomac's top management

Agostino Apolito takes the reins of Assomac and Simac Tanning Tech



Agostino Apolito, Maria Vittoria Brustia, Roberto Vago on the occasion of the general assembly held in Milan on the 10th of November.

Agostino Apolito, Maria Vittoria Brustia, Roberto Vago in occasione dell'assemblea generale tenutasi a Milano il 10 novembre scorso

the various objectives in which he will be personally involved in his new role as General Director of the association, there will be collaboration projects with sector associations, both domestic and international, and activities of support for associated companies, including their path towards sustainability and innovation. Moreover, Simac Tanning Tech will always be a primary objective, as it represents an asset of the association and its members; it's a tool by which the sectors represented by Assomac will be able to follow their policy of getting closer to customers and foreign markets. The President of Assomac, Maria Vittoria Brustia, welcomed the new Director, Agostino Apolito, and warmly greeted Roberto Vago on behalf of all the members during the General Assembly held in Milan on the 10th of November, 2023. ◀

► The baton passing in the General Management of Assomac occurred on 31st December, 2023 with the final installation, from the 1st of January 2024, of Agostino Apolito taking over from Roberto Vago, who have served the office in the association since September 19th, 2019. Agostino Apolito has gained long experience in Confindustria Florence, where, in 2016, he became Assistant

manager. Over the course of his career, he has dealt with all the issues related to industry and work domain, among which the following stand out: finance, business internalisation, and professional training. A commitment, the latter, in which he has shown great interest and wide availability, and for which Assomac is planning new partnerships with the ITSs. Agostino Apolito has made it known that, among



Agostino Apolito

primo piano
attualità

Passaggio di testimone ai vertici di Assomac

Agostino Apolito prende le redini di Assomac e di Simac Tanning Tech

► Il passaggio di testimone alla Direzione Generale di Assomac si è concluso il 31 dicembre 2023 con l'insediamento definitivo di Agostino Apolito, che dal 1° gennaio 2024 è subentrato definitivamente a Roberto Vago, rimasto in carica all'interno dell'associazione a partire dal 19 settembre del 2019. Agostino Apolito ha maturato una lunga esperienza in Confindustria Firenze, nella quale, nel 2016, ne era diventato Vicedirettore. Nel corso della sua carriera si è occupato di tutte le tematiche legate

all'industria e al mondo del lavoro, tra le quali spiccano in primo piano: finanza, internalizzazione di impresa e formazione professionale. Un impegno, quest'ultimo, sul quale ha manifestato grande interesse e ampia disponibilità, e per il quale Assomac ha in programma nuove partnership con gli ITS. Tra i diversi obiettivi che lo vedranno impegnato in primo piano, Agostino Apolito, nella sua nuova veste di Direttore Generale dell'associazione, ha fatto sapere che figurano i progetti di collaborazione con le

associazioni di settore, sia nazionali che internazionali, e le attività di sostegno alle aziende associate, anche nel percorso della sostenibilità e dell'innovazione. Il Simac Tanning Tech sarà sempre un obiettivo primario, in quanto rappresenta un bene dell'associazione e dei suoi associati. Il benvenuto al nuovo Direttore Agostino Apolito e un caloroso saluto a Roberto Vago, è stato dato dalla Presidente Assomac Maria Vittoria Brustia nel corso dell'assemblea Generale svoltasi a Milano il 10 novembre 2023.



 **TECNOGI PLAST** a brand of **TECNOGI**

THERMO-ADHESIVE FILM FOR LAMINATION

Toe-puffs and counters for shoes.

Reinforcements and materials for shoes and leather goods.

TECNO GI S.p.A. - Via del Vallo 7 - 28071 Borgolavezzaro (NO) - Tel: 0321 88821 - Fax: 0321 885333

www.tecnogi.com



FUTURMODA is preparing for the first edition in 2024

Technology takes the field



► The last edition of Futurmoda (18-19 October 2023, Elce) featured good feedback from sector operators, both in terms of exhibitors (around 280 companies) and visitors turnout. The organizers are now preparing to host the next edition (13-14 March 2024, Elce) of this event, which the sector considers strategic for the domestic and international markets referred to the Spanish industry. The first of the two annual

events will showcase – together with hides, materials, components and chemical products – also technology, with the attendance of some of the most prestigious international brands in the sector. The companies that have already confirmed their participation in Futurmoda are around 300; among these, important foreign ones, representing countries that boast a long tradition in the footwear and leather goods sectors, are included; mainly

Italy, Portugal, and France. Also Asian industries will be present, in particular those from China; it could not have been otherwise given the importance they are getting worldwide. As usual, the fair will be an opportunity to explore new industrial paths, among which the Green Planet space dedicated to ecological and sustainable materials will be in the forefront. Such space will provide visitors with the opportunity to interact with the latest trends regarding sustainability and eco-friendly production cycles. Futurmoda, which reaches its 51st edition, promises to be an edition full of innovations and new proposals towards the sensitive topics that characterize the new millennium. ◀

primo piano
fiere

FUTURMODA si prepara alla prima edizione del 2024

La tecnologia scende in campo

► Archiviata l'ultima edizione di Futurmoda (18-19 ottobre 2023, Elce), che ha ottenuto un buon riscontro da parte degli operatori del settore, sia per quanto riguarda il numero degli espositori (circa 280 aziende) sia per l'affluenza dei visitatori, gli organizzatori si preparano ad ospitare la prossima edizione dell'evento (13-14 marzo 2024, Elce), considerato dagli addetti al settore un appuntamento strategico per il mercato interno e quello internazionale, che fa riferimento all'industria spagnola. Il primo dei due appuntamenti annuali, insieme ai pellami, ai

materiali, ai componenti ed ai prodotti chimici, ospiterà anche la tecnologia, che vedrà la presenza di brand internazionali tra i più prestigiosi del settore. Le aziende che hanno già confermato la partecipazione a Futurmoda sono circa 300. Tra queste figura un'importante presenza straniera, in rappresentanza di paesi che vantano una lunga tradizione nei settori calzatura e pelletteria: principalmente Italia, Portogallo e Francia. Non mancano neppure le industrie asiatiche, in particolari quelle cinesi: non poteva essere

diversamente vista l'importanza che queste stanno assumendo nel mondo. Come è ormai consuetudine, la fiera sarà l'occasione per esplorare i nuovi percorsi industriali, tra i quali figura in primo piano lo spazio Green Planet, dedicato ai materiali ecologici e sostenibili. Questo spazio offre ai visitatori l'opportunità di interagire con le ultime tendenze in fatto di sostenibilità e di cicli produttivi eco-compatibili. Futurmoda, che giunge alla sua 51^{ma} edizione, si preannuncia un'edizione ricca di novità e di proposte aggiornate sui temi sensibili che caratterizzano il nuovo millennio.

THE NEW TALYN® ECO GRS CERTIFICATED

100% RECYCLABLE



Reinforcements and materials for shoes and leather goods.
Toe-puffs and counters for shoes.

28071 Borgolavezzaro (NO) - Italy · Via Del Vallo 7
Phone: +39 0321 88821 · www.tecnogi.com





PITTI UOMO 105

FloRence



9-12 January 2024

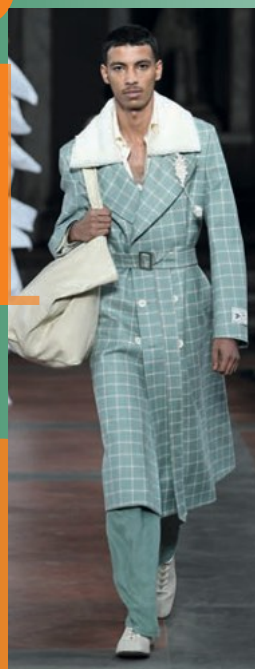
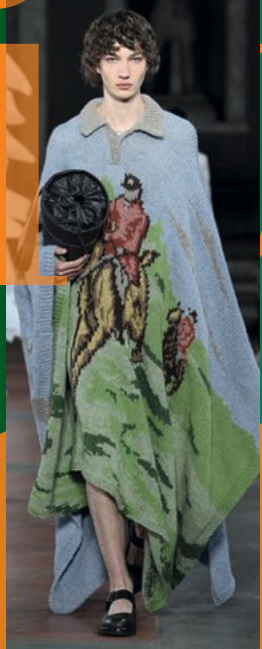


Style

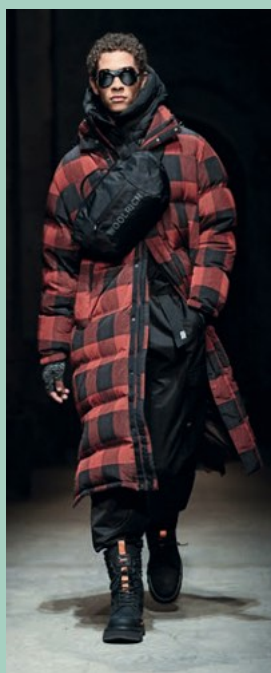
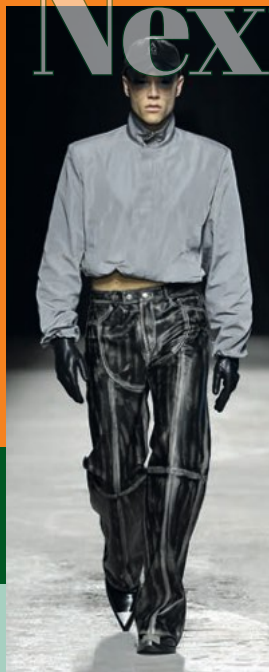
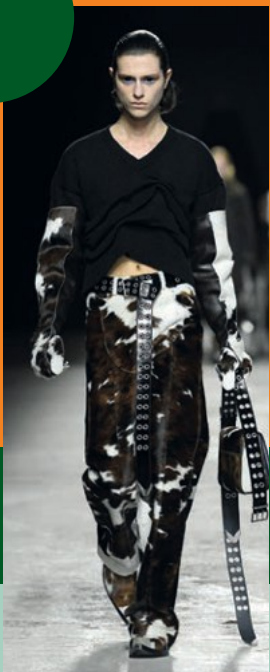


The fair

Pitti



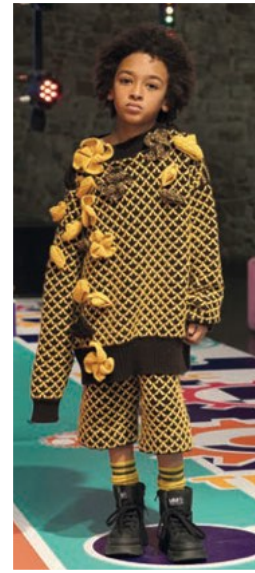
Next edition



11-14
June
2024



The fair



Pitti Bim



100

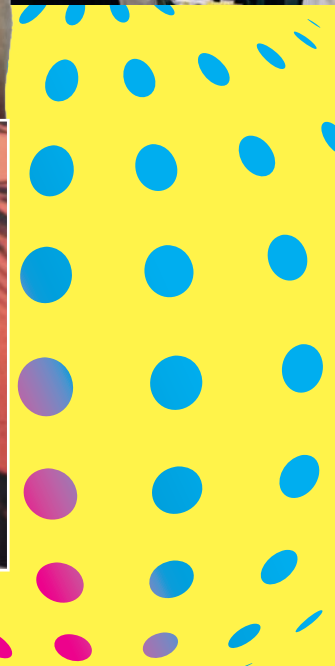
17-19 January 2024



Pitti Bim



Next
ediTion
19-21 June 2024



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.



TECNOGI

The company embraced sustainability before it became one of the economy's decisive drivers, and now the company introduces its renowned TALYN line in the ECO version – completely

recyclable and GRS-certified, to international footwear and leather goods brands.

Innovation is represented by transforming clients' production and processing wastes into valuable resources. This enabled

the launch of virtuous circular economy processes: TECNOGI pays for waste transport and the customer avoids sending it to landfills with the relative cost. The waste is then transformed into raw material, creating value and combining ecology and economy in the best possible way. Over the years, TECNOGI has invested huge amounts of capital in research, in order to design, develop and perfect technologies and production processes that allow the recycling of high percentages of waste.

The project was completely successful because the products of the TALYN ECO line feature high quality standards, with mechanical and application performance identical to those made with fresh raw materials, fully achieving the goal of getting the GRS certification with uncompromising quality.



primo piano materiali

Rassegna materiali 2024

I più recenti

TECNOGI

L'azienda, che ha intrapreso la strada della sostenibilità prima che questa diventasse uno dei driver determinanti dell'economia, presenta ai brand internazionali della calzatura e della pelletteria la sua famosa linea TALYN nella versione ECO, completamente riciclabile e certificata GRS. L'innovazione è rappresentata dalla trasformazione degli scarti produttivi e degli scarti di trasformazione da parte dei clienti, in risorse di valore economico. Ciò ha consentito l'avvio di virtuosi

processi di economia circolare: TECNOGI paga il trasporto degli scarti e il cliente ne evita il conferimento in discarica con il relativo costo. Lo scarto si trasforma quindi in materia prima, creando valore e coniugando nel modo migliore ecologia ed economia. TECNOGI ha investito negli anni ingenti risorse economiche nella ricerca per progettare, sviluppare e perfezionare tecnologie e processi produttivi che consentissero il riciclo di elevate percentuali di scarto. Il progetto ha avuto pieno successo perché i prodotti della linea TALYN

ECO hanno standard qualitativi elevatissimi con performance meccaniche ed applicative identiche a quelli realizzati con materie prime vergini, raggiungendo in pieno l'obiettivo di ottenere la certificazione GRS con una qualità senza compromessi.

PRODOTTI ALFA

L'ultima linea di materiali presentati dalla PRODOTTI ALFA è contrassegnata dal marchio CORIUM®. Si tratta di un Rigenerato di Cuoio di ultima generazione che garantisce

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

► PRODOTTI ALFA

The latest line of materials introduced by PRODOTTI ALFA feature the CORIUM® brand. This is bonded leather that delivers unique characteristics both in terms of style and technical features: elasticity, tear resistance, consistency, durability, and limited processing waste.

Furthermore, Corium® is 'Global Recycled Standard' certified and belongs with full rights to the range of sustainable materials. Today, everyone is involved in the environmental sustainability, from the consumer to the producer; in particular, the first feeling the urge to contribute on this issue are the most renowned companies. Careful interpreter of their needs, PRODOTTI ALFA is the best interlocutor of those who work and produce in different sectors: leather goods, footwear, bookbinding, furniture, and clothing.

The company conquered this role thanks to consistent investments in new products development and close collaboration with businesses, always seeking for new materials.

In 2015, in order to meet companies' needs, PRODOTTI ALFA introduced Corium®, a material that combines high technical performance with the simplicity of processing, typical of classic leather; like this, in fact, it can be subjected to different



finishes (cutting, stitching, edge coloring, surface retou-ching) and printing. Among the novelties of the company there are also new finishes and technical features concerning both the traditional line and the Corium® brand line - stain-resistant treatment, velvety hand, high resistance to friction, full and saturated colors.

CORIUM® painted and raw

Top of range product within Prodotti Alfa's portfolio, particularly appreciated by the high-end market, especially by the big names of fashion. Using water-based polyurethane paints compliant with the

REACH regulation and its integration, all CORIUM® options can be offered already painted.

CORIUM® is a very ductile material, featuring a dense, soft hand: it is available in thicknesses from 0.3 mm to 3.0 mm. Due to its technical and aesthetic features, CORIUM® is ideal for the production of leather goods (bags, belts, and fashion accessories), but also for furniture items. It is also used with excellent results in bookbinding and for the production of various items: spectacle cases, restaurant menus and placemats, and so on.



caratteristiche uniche sia per estetica sia per aspetti tecnici: elasticità, resistenza allo strappo, consistenza, durata e anche riduzione degli scarti in lavorazione. Inoltre, Corium®, è certificato Global Recycled Standard e quindi si inserisce a pieno titolo nella fascia dei materiali sostenibili. Oggi la sostenibilità ambientale coinvolge tutti, dal consumatore al produttore: in particolare sono le aziende più blasonate che per prime si sentono chiamate a dare il loro contributo su questo tema.

Attenta interprete delle loro esigenze la PRODOTTI ALFA è l'interlocutore privilegiato di chi lavora e produce in vari settori:

pelletteria, calzatura, legatoria, arredamento e confezione.

Un ruolo conquistato grazie ai continui investimenti nello sviluppo di nuovi prodotti e alla stretta collaborazione con le aziende, sempre alla ricerca di nuovi materiali. Proprio per rispondere alle loro esigenze nel 2015 la PRODOTTI ALFA presenta Corium®, un materiale che affianca alle elevate prestazioni tecniche, la semplicità di lavorazione tipica della classica pelle: come questa, infatti, può essere sottoposto alle diverse finiture (taglio, cucitura, colorazione dei bordi, ritocchi della superficie) e alla stampa. Tra le

novità dell'azienda figurano anche nuove finiture e caratteristiche tecniche che riguardano sia la linea tradizionale sia la linea a marchio Corium®: trattamento antimacchia, mano vellutata, elevata resistenza all'attrito, colori pieni e saturi.

CORIUM® verniciato e grezzo
Rappresenta il top di gamma della proposta Prodotti Alfa, è particolarmente apprezzato dal mercato di fascia alta, in particolare dalle firme.

Grazie all'impiego di vernici poliuretaniche all'acqua, conformi al regolamento REACH e alla sua integrazione, è possibile offrire

**International
Technology**

January
2024



► CT POINT

The company keeps following its sustainability and digitalization path by allocating substantial resources of its investments to this goal.

After calculating, in collaboration with Quantis, its Corporate Footprint and having committed itself with the Science Based Target Initiative to reduce its greenhouse footprint by 50% by 2030 – for Scope 1, 2, and 3 in line with the scenario of keeping temperatures below 1.5°C – the Abruzzo-based company continues on its concrete, environmental and social responsibility path by joining

the 4sustainability roadmap, i.e. Process Factory's sustainable fashion brand.

Starting from January 2022, the company took a further step forward, in line with its mission, using in its production plants certified green energy derived from 100% renewable sources only. This transition will enable CT Point to reduce its emissions by 70% for Scope 1 and 2.

The company's concrete commitment towards a more sustainable future is also to be seen into its ever-expanding product range, of both low-impact twisted and braided yarns in 100% recycled polyester, GRS

certified, such as the EcoGreen line, (sewing threads and high tenacity polyester braids, which are produced recycling post-consumer plastic waste), or the PFC FREE (Perfluorocarbons) line in the waterproof version, both in the polyester and polyamide yarns, and solvent-free version in the Bonding line, both in the single-ply and three-ply yarn.

Furthermore, the company is also committed to the very Industry 4.0 digital transition.



primo piano materiali

tutte le proposte CORIUM® già verniciate. CORIUM® è un materiale molto duttile, ha una mano corposa e allo stesso tempo morbida: è disponibile in spessori da 0,3 mm a 3,0 mm. Per le sue caratteristiche tecniche ed estetiche CORIUM® si presta alla produzione di articoli della pelletteria (borse, cinture e accessori moda), come già detto, ma anche dell'arredo. Viene impiegato con ottimi risultati anche in legatoria e per la produzione dei più disparati articoli: porta occhiali, menu e tovaglette per la ristorazione, ecc.

► CT POINT

L'azienda prosegue nel percorso della sostenibilità e della digitalizzazione destinando a questo obiettivo risorse importanti dei propri investimenti. Infatti dopo aver calcolato la propria Corporate Footprint, in collaborazione con Quantis, ed essersi impegnata con la Science Based Target initiative per la riduzione del 50% delle proprie emissioni di gas serra entro il 2030 per Scope 1, 2 e 3, in linea con lo scenario del mantenimento dell'aumento delle temperature al di sotto di 1.5° C, l'azienda abruzzese continua nel suo percorso concreto di responsabilità ambientale e sociale

attraverso l'adesione alla roadmap 4sustainability, il marchio della moda sostenibile di Process Factory. In linea con la sua mission, l'azienda compie un ulteriore passo in avanti, utilizzando a partire da gennaio 2022 nei propri stabilimenti produttivi soltanto energia green certificata derivante 100% da fonte rinnovabile. Grazie a questa transizione CT Point sarà in grado di ridurre del 70% le proprie emissioni per Scope 1 e 2. L'impegno concreto dell'azienda verso un futuro più sostenibile si traduce anche con il continuo ampliamento nella propria

OUR FUTURE IS



FASHION



SAFE

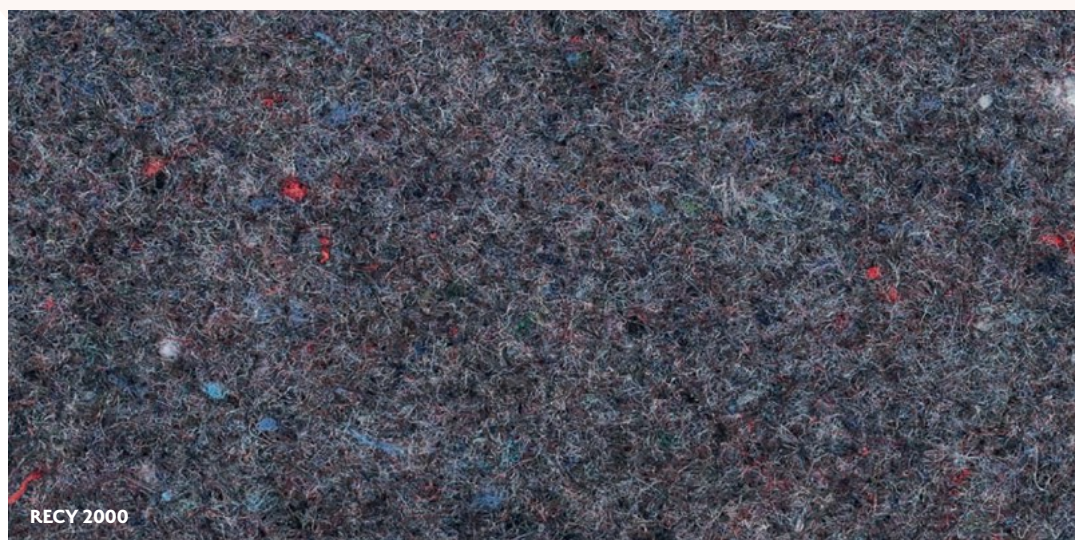


GREEN



"Sosteniamo" la Sostenibilità - We 'Sustain' Sustainability

Luigi Carnevali s.a.s.
www.carnevali.it



► PRANEM

The company, which specializes in the production of security materials, has also long taken up the challenge of sustainability. Such increasingly topical subject is condensed in the latest products introduced by the company: Recy 2020, a midsole non-woven material for Strobel processing and its antistatic ESD version, Safety multicolor. Both made with 100% recycled fibres from used fabrics, they are suitable for the production of safety footwear midsoles.

The technical performance of these components is the same as the best traditional products, both in the sewing and assembly phases. It is worth noting that all the midsole materials produced by PRANEM use recycled fibres which lies into two different categories: pre- and post-consumer. For standard items, pre-consumer fibres come from the textile chain – i.e., yarns and fabrics production phases – processing waste. In the case of Recy 2020 and Safety multicolor, on the other hand, the post-consumer fibres

come from clothes and furnishings destined for landfills.

The multi-coloured aspect featuring these new items, which varies from one production batch to another due to the variability of the fabrics used in the recycling phases, is the characteristic that defines the sustainable imprint of the material used.



primo piano materiali

gamma prodotti, di filati sia ritorti che trecciati a basso impatto ambientale in 100% poliestere riciclato, certificati GRS, come la linea EcoGreen, (cucirini e trecce in poliestere ad alta tenacità, che vengono prodotti utilizzando il riciclo di rifiuti plastici post-consumo), o ancora la linea PFC FREE (Perfluorocarburanti) nella versione Water proof, sia nel filato poliestere che poliammide, e Solvent free nella linea Bonding, sia nel filato monocolore che nei tre capi. L'azienda abruzzese, inoltre, è impegnata verso la transizione digitale propria dell'industria 4.0.

► PRANEM

L'azienda specializzata nella produzione di materiali per la sicurezza, ha raccolto da molto tempo anche la sfida della sostenibilità. Gli ultimi articoli presentati, che sintetizzano questi temi sempre più attuali, sono Recy 2020, un non tessuto per intersuola per lavorazione Strobel, e la sua versione ESD antistatica Safety multicolor. Entrambi i prodotti, realizzati con il 100% di fibre riciclate dei tessuti usati, si prestano alla produzione di intersuole destinate alla calzatura di sicurezza. Le prestazioni tecniche di questi

componenti non si differenziano da quelle garantite dai migliori prodotti tradizionali, sia in fase di cucitura sia in fase di montaggio.

Va precisato anche che tutti i materiali per intersuola prodotti da PRANEM utilizzano fibre riciclate che si suddividono in due categorie, pre e post-consumo. Per gli articoli standard le fibre pre-consumo provengono da scarti di lavorazioni della filiera tessile, ossia dalle fasi di produzione dei filati e dei tessuti. Nel caso di Recy 2020 e Safety multicolor, invece, le fibre post-consumo provengono da abiti e arredamenti destinati alla discarica. L'aspetto multicolore che distingue

► DAVOS

Among the new offerings introduced by the company, there are products intended for the sneaker segment, such as the flagship item SPINAPESCE sheet, flanked by the always-popular TRISTAR, TRANSIT, CIRRUS, and MINICRPE materials. These designs distinguish the new generation of sheets by Davos. The material used for their production is the VI compound – a high-performance rubber that ensures excellent resistance to abrasion, great flexibility and a high grip.

Davos has also developed the EVA/RUBBER compound, a material suitable for the production of thicker sheets (over 6 mm thick). It is used for the production of soles or midsoles, and the resulting product is light (density not exceeding 0.50), elastic, resistant to abrasion, and with an excellent grip value. It also features easy workability and an excellent bonding strength. An attentive interpreter of sustainability, the company has long since introduced a sustainable compound. This is a material that contains 51%



recycled product. It is used for the production of soles, bands and for the ECO line: ECOTHUNIT, ECOTACK, ECOGRIPP, and ECOSOL.

The search for new colours and captivating finishes is one of Davos' strengths; a wide range of colours, both for the tunit and rubber lines, has been developed for the next season. In fact, the more refined "NERO," "GOLD,"

"BIANCO OTTICO," "ROSA BABY," "ROSSO SCURO," "VERDE BOSCO," and "BLU MEDIEVAL," in different shades and nuances, joined the classic colours.



i nuovi articoli, che varia da un lotto di produzione all'altro in ragione della variabilità dei tessuti utilizzati nelle fasi di riciclo, è la caratteristica che definisce l'impronta sostenibile del materiale impiegato.

► DAVOS

Tra le nuove proposte presentate dall'azienda figurano i prodotti destinati al mondo della Sneakers, tra i quali vi sono articoli di punta quali la lastra SPINAPESCE, affiancata da materiali sempre molto gettonati quali TRISTAR, TRANSIT, CIRRUS e MINICREPE: disegni che

distinguono la nuova generazione di lastre firmata Davos. Il materiale impiegato per la loro produzione è la miscela VI: una gomma altamente performante che assicura ottima resistenza all'abrasione, grande flessibilità e un elevato grip.

Davos ha messo a punto anche la miscela EVA/GOMMA, un materiale indicato per la produzione di lastre con spessore più marcato (superiore ai 6 mm). Utilizzata per la produzione di soles o intersuole il prodotto che ne deriva risulta leggero (densità non supera 0,50), elastico, resistente all'abrasione e con un ottimo valore del grip. Inoltre è facilmente lavorabile e garantisce

un'ottima tenuta dell'incollaggio. Attenta interprete della sostenibilità, l'azienda ha presentato già da tempo una miscela sostenibile. Si tratta di un materiale che contiene il 51% di prodotto riciclato. Il materiale è impiegato per la produzione di soles, fasce e per la linea ECO: ECOTHUNIT, ECOTACK, ECOGRIPP e ECOSOL. Uno dei punti di forza della Davos è anche la ricerca di nuove cromie e di finiture accattivanti: per la prossima stagione è stata messa a punto un'ampia gamma di colori, sia per la linea tunit che per quella in gomma. Alle tinte classiche, nelle diverse gradazioni e sfumature,

International
Technology

January
2024



► ABITALIA

Having started the process to get environmental sustainability certification, Abitalia keeps developing new products that comply with the standards set by clients which are mainly the most representative brands of fashion and luxury in particular. Among the most innovative products recently introduced by the Marche-based company, the new line of one-side adhesive tapes and the double-sided ones are noteworthy. The first one is

produced using materials, such as cotton, nylon (light or heavy), nylon-cotton mix, polyester (light or high-tenacity), paper (crepe or smooth), glass wool, and non-woven fabrics in various types of fibres. The double-sided adhesive tapes, on the other hand, are made of traditional non-woven fabric, polyester, and PVC. The adhesives used for the tapes are hot-melt, water-based ones, simple or modified acrylics, natural or synthetic rubber latex.

In recent years, the range of

reinforcement fabrics - ranging now from Jersey to very light cotton fabrics, to teased and nylon items.

The line of nylon fabrics also includes tear-resistant materials. The reinforcement fabrics can be customized with logos or designs, they can be coated on one side or both, in the adhesive version and in the thermo-adhesive one.



primo piano materiali

infatti, si aggiungono i più ricercati "NERO", "GOLD", "BLANCO OTTICO", "ROSA BABY", "ROSSO SCURO", "VERDE BOSCO" e "BLU MEDIEVAL".

ABITALIA

Avviato il percorso per ottenere la certificazione di sostenibilità ambientale, Abitalia prosegue nello sviluppo di nuovi prodotti che rispettano gli standard imposti da una clientela composta prevalentemente dai brand più rappresentativi del fashion e in particolare del lusso. Tra i prodotti più innovativi presentati recentemente dall'azienda

marchigiana figura la nuova linea di nastri con adesivo su una sola superficie e la linea dei nastri 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. 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.

► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

ICF ha messo a punto una nuova linea di prodotti tessili il cui logo



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

ICF has developed a new line of textile products whose logo clearly anticipates the material 'green' feature. In fact, these products appear in the catalog with the word "RICICLI", a registered trademark with final approval pending, but already marketable with a registered symbol.

This is a fabric comprising various fibers that allows the production of toe puffs, counters and reinforcements whose elasticity is the main feature.

It consists of a pure cotton matrix impregnated with latex in aqueous dispersion, then treated with a soft polyurethane coating process on both sides. The use of recycled natural powders in its preparation, deriving from renewable sources,

is the feature that makes this product unique. This choice allows to reduce the use of chemicals and reuse materials that would otherwise be considered scrap.

RICICLI features excellent moldability, superior elasticity and remarkable shape retention and inalterability over time.

The performances offered by RICICLI are comparable to those of composite textile materials which typically have a higher density and require a larger quantity of raw materials. A support containing 68% of recycled cotton and polyester fibers – which in turn are GRS certified – has been used for the making of RICICLI.

In addition, recycled components deriving from natural materials



from renewable sources were used, allowing to significantly reduce the presence of chemicals and synthetic materials in the finished product. RICICLI, which features an overall 31% of recycled material, has a GRS certification.



anticipa chiaramente l'aspetto green del materiale. Infatti in catalogo appare con la scritta "RICICLI", marchio depositato in attesa di approvazione definitiva, ma già commercializzabile con il simbolo di registrato.

Si tratta di un tessuto composto da fibre differenti che permette la produzione di puntali, contrafforti e rinforzi la cui caratteristica principale è l'elasticità. È costituito da una matrice in puro cotone impregnato in lattice in dispersione acquosa, trattato con il processo di spalmatura morbida di poliuretano su entrambi i lati. L'unicità di questo prodotto è rappresentata

dall'utilizzo di polveri naturali riciclate nella sua preparazione, derivanti da fonti rinnovabili. Questa scelta permette di ridurre l'utilizzo di materie chimiche e il riutilizzo di materiali che sarebbero considerati scarti.

RICICLI è caratterizzato da un'eccellente modellabilità, ottima elasticità e una notevole tenuta di forma nel tempo. Le prestazioni ottenute con RICICLI sono risultate paragonabili a quelle di materiali tessili composti che tipicamente presentano una densità più alta, quindi per i quali risulta necessario l'utilizzo di quantitativi maggiori di materie prime. Per la

realizzazione di RICICLI è stato scelto un supporto contenente il 68% di fibre di cotone e poliestere riciclate e a loro volta certificate GRS.

In aggiunta sono stati utilizzati componenti riciclati derivanti da materiali naturali provenienti da fonti rinnovabili. RICICLI, che vanta una percentuale complessiva di materiale riciclato del 31%, è accompagnata da certificazione GRS.

SELASTI

Selasti, un nome che da oltre 50 anni è sinonimo di eccellenza nella produzione di materiali espansi a base di E.V.A., ha messo

International
Technology

January
2024



► SELASTI

Selasti, a name that for over 50 years has meant excellence in the production of EVA-based expanded materials, has developed a product destined to leave an imprint in the compact material domain. This is SPRINT, the

company's first "EVA-free" product capable of synthesizing the highest technical characteristics, including primarily lightness and physical-mechanical performances.

One of the distinctive strengths of this material, in fact, is its specific weight, which is approximately half than similar products on the market. This means that SPRINT, despite being very compact, ensures a notable lightening of the finished product, without compromising the resistance and flexibility features. SPRINT can be used both as a tread and a sole; in both cases it helps to increase the sole comfort. The reference target is the fashion world – in particular designers, shoe and sole factories, which are sectors that, until now, have been the prerogative of traditional compact materials (TR, TPU, Rubber) and for which SPRINT is a real alternative, as it allows the production of large sole volumes, with top physical, mechanical, and style features, thanks also to a perfect definition of the tread obtained.

This innovation is a new chapter in Selasti's history. Founded as a company specialized in the production of EVA-based expanded materials, the company now deals with multiple product types, sharing and collaborating with the most prestigious fashion brands, with which it has developed a unique, so far missing product. All while complying with sustainability. SPRINT follows the introduction of G SIDE, an EVA compound which is the latest proposal in the recycled material domain.

G SIDE, in fact, is a line of compounds that enables to use, in sole production, the maximum percentage of recycled material, without neglecting the aesthetic and technical aspects of the finished product.



primo piano materiali

a punto un prodotto destinato a lasciare un'impronta nel mondo dei materiali compatti. Si tratta di SPRINT, primo articolo "Eva Free" dell'azienda, una novità capace di sintetizzare in un solo prodotto le più elevate caratteristiche tecniche, tra le quali la leggerezza e le prestazioni fisico-meccaniche figurano ai primi posti.

Uno dei punti di forza distintivi di questo materiale, infatti, è il suo peso specifico: circa la metà dei prodotti simili presenti sul mercato. Questo significa che SPRINT, nonostante sia un compatto, assicura un notevole alleggerimento del prodotto finito, senza compromettere

le caratteristiche di resistenza e flessibilità.

SPRINT è utilizzabile sia come battistrada sia come suola, in entrambi i casi contribuisce ad elevare il comfort della calzatura. Il target di riferimento è il mondo della moda: in particolare il designer, il calzaturificio e il suolificio.

Settori, questi, che fino ad ora sono stati prerogativa dei materiali compatti tradizionali (TR, TPU, Gomma) e per i quali SPRINT rappresenta l'alternativa, in quanto si possono realizzare suole dai volumi importanti, con le più elevate caratteristiche fisico meccaniche ed estetiche, grazie anche

alla perfetta definizione che si ottiene del battistrada.

Questa novità rappresenta un nuovo capitolo nella storia di Selasti, che, nata come azienda specializzata nella produzione di materiali espansi a base E.V.A., oggi si confronta su più tipologie di prodotto.

► SOLLINI

Seguendo l'evoluzione del mercato la Sollini Gino, azienda commerciale che opera nel settore dell'area pelle, prosegue sulla strada della internazionalizzazione. È una scelta importante, che parte da lontano e vede l'azienda

► SOLLINI

Following the market evolution, Sollini Gino – a company operating in the leather sector – keeps going on the path of internationalization. This is a major choice, which starts from afar and sees the Fermo-based (in the Marche region) company committed to expanding its presence abroad, particularly in Europe, where it owns now branches only in Portugal, Romania, Albania, and Bulgaria. In order to optimize the process growth, though, it is essential for the company to foster customers loyalty; a long journey that must be done step by step, in which the vastness of the offer and the product 'selection' become fundamental. To respond to these needs, Sollini Gino has created the SOLLINI+ brand, which actually enters the company's catalogue and represents a selection of tested, reliable and extremely competitive products to offer to its customers.

The 'FILO SOLLY BOND' is one of the new entries in the SOLLINI+ brand products: three-ply yarn in nylon (100% polyamide), made with an innovative process that has not yet been adopted on the market. The



advantages of the new bonding technique (i.e. making the product like a single-ply item) are many: the yarn does not contain any added chemical agent, the yarn remains similar to a three-ply both in terms of softness and roundness, and the product mechanical strength is particularly high; as a result, the needle and the mechanical part (Crochet) wear is greatly reduced. 'LAP-FOAM EXTRA STRONG' is another SOLLINI+ branded item, a fabric suitable for Strobel processing. Soft and chemical-free, LAP-FOAM EXTRA STRONG improves the comfort of footwear and ensures high resistance to mechanical stress. Its technical features make it also suitable for the production of sports shoes and sneakers. This fabric can be coupled easily to foams. Coming

soon is also a GRS version.

Still under the SOLLINI+ brand, Sollini Gino offers 'SINTETICO ECOLINE', a polyurethane cover spread on a microfibre textile support base. Compatible with 'Vegan' products, this cover is fully compliant with the REACH legislation.

The project and products of the first SOLLINI+ range will be showcased at the next Lineapelle Winter 24-25 in Milan on September 19-21. This range will be expanded with the aim of having a broad and reliable proposal, which responds to the needs and expectations of an increasingly demanding and competent clientele.



di Fermo (Marche) impegnata ad espandere la sua presenza oltre i confini dell'Italia. In particolare in Europa, dove oggi è presente con proprie filiali in Portogallo, Romania, Albania e Bulgaria. Per ottimizzare il processo di crescita, però, il percorso passa obbligatoriamente dalla fidelizzazione del cliente: un cammino lungo, che va fatto step by step, nel quale la vastità dell'offerta e la "selezione" dei prodotti diventano fondamentali. Per dare una risposta a queste esigenze, la Sollini Gino ha creato il marchio SOLLINI+, un brand che entra di fatto nel catalogo dell'azienda

e rappresenta una selezione di prodotti, testati, affidabili ed estremamente competitivi da offrire ai propri clienti.

Tra le new entry di prodotti a marchio SOLLINI+ figura il FILO SOLLY BOND: filato tre capi in nylon (Poliammide 100%), realizzato con una procedura innovativa che non è ancora adottata sugli articoli in commercio. I vantaggi della nuova tecnica di bonderizzazione (cioè di rendere il prodotto come un capo unico) sono molteplici: il filato non contiene nessun agente chimico aggiunto, il filato resta simile ad un tre capi sia in termini di morbidezza

che in termini di rotondità, la resistenza meccanica del prodotto è particolarmente elevata: l'usura dell'ago e delle parti meccaniche (Crochet) viene molto ridotta. Un altro articolo a marchio SOLLINI+ è LAP-FOAM EXTRA STRONG: si tratta di un tessuto indicato per la lavorazione Strobel. Morbido e privo di prodotti chimici, LAP-FOAM EXTRA STRONG migliora il comfort delle calzature e garantisce un'elevata resistenza alle sollecitazioni meccaniche. Grazie alle sue caratteristiche tecniche è indicato anche per la produzione di calzature sportive e sneakers. Il tessuto può

International
Technology

January
2024



► NEW STEP

Working in close collaboration with the most glamorous footwear brands, the company offers technical solutions capable of meeting the highest quality requirements. To ensure the comfort in sports, casual and orthopaedic shoes, the Fussbett is a critical component. But not only! Companies specializing in

the production of this component must provide an item that can satisfy several variables: safety, resistance to mechanical and chemical stress, not to mention the aesthetic aspect. For the production of the Fussbett, New Step uses water-based PU, treated with antibacterial, anti-mould plus aluminium powder (an additive which allows reducing foot

heating). The mixing of the above materials is designed to ensure the following: lightness, anatomical precision, non-deformability of the material and a high level of shock-resistance (density and hardness 35 to 60 Shore A).



primo piano materiali

essere accoppiato facilmente alle schiume. Prossimamente sarà presentata anche la versione GRS, Sempre a marchio SOLLINI+ la Sollini Gino, propone SINTETICO ECOLINE: una fodera in poliuretano spalmato su una base di supporto in microfibra tessile. Compatibile con i prodotti "Vegani", questa fodera è perfettamente in linea anche con la normativa imposta dal Reach. Progetto e prodotti della prima gamma SOLLINI+ saranno presentati al prossimo Lineapelle Winter 24-25 a Milano 19-21 settembre. La gamma di questi articoli è destinata ad ampliarsi

con l'obiettivo di avere una proposta ampia e affidabile, che risponda ai bisogni e alle aspettative di una clientela sempre più esigente e preparata.

► NEW STEP

Tra le proposte dell'azienda, che lavora in stretta collaborazione con i più prestigiosi brand della calzatura, figurano soluzioni tecniche capaci di rispondere a standard molto elevati della qualità. Il Fussbett è un componente fondamentale per la garanzia del comfort nelle calzature sportive, casual e ortopediche. Ma non solo! Le aziende specializzate nella

produzione di questo componente, devono fornire un articolo in grado di rispondere alle più svariate variabili: sicurezza, resistenza alle sollecitazioni meccaniche e chimiche, senza tralasciare l'aspetto estetico. Per la produzione dei Fussbett, New Step impiega PU a base acqua trattato con antibatterico, antimuffa e aggiunta di polvere di alluminio (additivo che permette di contenere il riscaldamento del piede). La miscelazione dei materiali sopra indicati è studiata per garantire: leggerezza, precisione anatomica, indeformabilità del materiale ed elevato grado antishock (densità e durezza da 35 a 60 Shore A).

► MLM MAZZOLA

The magnetic snaps an accessory increasingly in use in the production of bags, produced by MLM MAZZOLA in an infinite number of variations which include the many different finishes and thicknesses to the different customizations requested by the clients. The most recent proposals of magnetic snaps are intended for a high-end range: these accessories are renewed both from a technical stand-point and the styling. The new magnetic snaps branded MLM Mazzola are available in many different sizes and are constructed with a double magnet that allows self-centering; very strong magnets are used and stand out by the thickness that can be really reduced compared to the traditional standards. The transparent lacquer ensures the highest protection from scratches and weather aggression. It should also be remembered that MLM has long been a licensee of the American ROMAG®, which holds a particular International patent right for magnetic snaps. In collaboration with the



prestigious American brand, the Italian company, has recently created a line of magnetic snaps designed specifically for the European market, on which it has the exclusive mandate for the distribution.



► MLM MAZZOLA

La chiusura magnetica, accessorio sempre più in uso nelle produzioni di borse, viene prodotta da MLM MAZZOLA in un'infinità di varianti che comprendono dalle più disparate rifiniture e spessori alle diverse personalizzazioni richieste dal cliente. Le più recenti proposte di chiusure magnetiche prodotte dall'azienda, sono destinate ad una fascia alta di gamma: si tratta di accessori rinnovati sia sotto il profilo tecnico sia per quanto concerne lo styling. Le nuove chiusure magnetiche firmate MLM sono disponibili con diametri di diverse misure; vengono

costruite con un doppio magnete che permette l'auto centratura; montano magneti molto potenti e si distinguono per lo spessore che può essere veramente ridotto rispetto agli standard tradizionali. La laccatura trasparente garantisce, inoltre, la più elevata protezione dai graffi e dall'aggressione di agenti atmosferici. Va ricordato anche che la MLM è da molti anni licenziataria della americana ROMAG®, la quale detiene un particolare brevetto internazionale proprio per la chiusura magnetica. In collaborazione con il prestigioso marchio statunitense, l'azienda italiana, inoltre, ha realizzato

di recente una linea di chiusure magnetiche studiate appositamente per il mercato europeo, per il quale ha il mandato di esclusiva per la distribuzione.

► LUIGI CARNEVALI

La sostenibilità è uno dei punti cardine dell'azienda, che da tempo ha iniziato il percorso per la certificazione sia aziendale sia dei prodotti. Nel frattempo si continua ad investire nella ricerca e nella creazione di nuovi servizi. Un passaggio obbligato, quest'ultimo, che permette alla Carnevali di soddisfare le crescenti esigenze di un mercato sempre più complesso ed esigente.

International
Technology

January
2024



► LUIGI CARNEVALI

Sustainability is one of the core commitments of the company, which has long since begun the process of certifying both the company and its products. In the meantime, it keeps investing in research and new service creation. This is a necessary step, which allows Carnevali to meet the growing needs of an increasingly challenging and demanding market.

The company's latest proposals include new product lines in which the green aspect prevails, where

recycled fibres and eco-compatible glues are used. A next-generation microfibre product, very soft, pleasant to the touch, and easily workable is also included in these sustainable items. Luigi Carnevali, however, consistently keeps searching for innovative products and its offerings cover the most disparate solutions; a close collaboration with suppliers and customers, in fact, enables the company to test new natural fibres, including those obtained from Bamboo cane.

A reference point for the domestic and international markets, Luigi Carnevali is committed to environmental sustainability on all fronts, i.e., the selection of raw materials, suppliers' back-

office, their production cycle and logistics aspect.

Suppliers must be relatively close to their operational headquarters, guarantee the traceability of raw materials and ensure production times that allow, among the many aspects considered, the actual reduction of the environmental impact. Luigi Carnevali provides the documents that certify its commitment, making available to their customer the results of laboratory tests and all the certifications necessary to prove the quality and compliance with the various international standards.



primo piano materiali

Tra questi nelle prime posizioni figura certamente la ricerca. Un impegno, quest'ultimo, che da sempre ha coinvolto la Luigi Carnevali, azienda specializzata nella produzione di materiali di rinforzo per il settore della calzatura e della pelletteria.

Tra le sue ultime proposte figurano nuove linee di prodotti nei quali prevale l'aspetto green, grazie a l'impiego di fibre riciclate e di collanti eco compatibili. Tra gli articoli sostenibili figura anche una microfibra di ultima generazione, molto morbida, piacevole al tatto e facilmente lavorabile. La Luigi Carnevali, però, prosegue con

costanza nel ricerca di prodotti innovativi e le sue proposte spaziano tra le più disparate soluzioni: grazie alla stretta collaborazione con fornitori e clienti, infatti, si stanno sperimentando nuove fibre naturali, tra le quali anche quelle ricavate dalla Canna di Bambù.

Punto di riferimento per il mercato nazionale e internazionale, l'azienda è impegnata nella sostenibilità ambientale su tutti i fronti: la selezione delle materie prime, il back office dei fornitori, il loro ciclo di produzione e l'aspetto logistico.

I fornitori devono essere relativamente vicini alla propria

sede operativa, garantire la tracciabilità delle materie prime e assicurare tempi di produzione che permettano, tra i molti aspetti considerati, la riduzione reale dell'impatto ambientale. 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.



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



A new generation of metal items.



The latest

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

► EUROMARCHE

The acquisition of Eurmeccanica Shoes enabled Euromarche to expand its range of machines devoted to sole factories and footwear manufacturers in general. Furthermore, the Marche-based company's industrial operation ensures the traditional customers of Eurmeccanica Shoes all the services required for smooth production processing: technical assistance, spare parts, consistent machinery upgrade, and – very important – technical/commercial consultancy aiming to optimize investments in production technologies. The two machines recently showcased by Euromarche, the M14 and EC07S models, are precisely the result of the aforementioned update. The first model is a machine

M14



that enables to perform a full-automated marking of soles in leather or other synthetic materials. The machine features an automatic centring system that enables to store the various centring and locking positions for each product to be processed, with reference to the cliché location. This feature allows to avoid production downtime, an issue normally existing with the manual repositioning (for each series of soles to be marked.) Furthermore, the stored database ensures the print correct positioning on same-series past items. The M14 model can operate in line with other machines. The EC07S model is a flat sole (in leather or tunit) equalizer which uses the roughing and subsequent surface finishing method. This choice was made in the sake of precision.

To better finish the surface, a grinding unit has been inserted for shaving the surface. This model, too can work in line with other machines.



EC07S



primo piano tecnologia

Rassegna tecnologica 2024

Le più recenti

► EUROMARCHE

Con l'acquisizione della Eurmeccanica Shoes, l'azienda ha ampliato la sua proposta di macchine per i suolifici e i produttori di calzature in genere. L'operazione industriale messa a punto dall'azienda marchigiana, inoltre, assicura ai tradizionali clienti della Eurmeccanica Shoes tutti i servizi che permettono il regolare svolgimento della produzione: assistenza tecnica, parti di ricambio, costante aggiornamento dei macchinari e, molto importante, una consulenza

tecnica commerciale che ha come obiettivo l'ottimizzazione degli investimenti in tecnologie per la produzione.

Le due macchine presentate di recente da Euromarche, la M14 e la EC07S, sono proprio il risultato dell'aggiornamento al quale si è fatto cenno.

La prima è una macchina che permette di eseguire, completamente in automatico, la marcatura di soles in cuoio o altri materiali sintetici. Dotata del sistema automatico di centratura computerizzato, che rende possibile

la memorizzazione delle diverse posizioni di centraggio e bloccaggio di ogni prodotto da lavorare, in riferimento alle posizioni dei cliché. Questa caratteristica permette di ridurre a zero i tempi morti di produzione, dovuti ai riposizionamenti manuali (per ogni serie di soles da timbrare). Inoltre garantisce, grazie alla banca dati memorizzata, il corretto posizionamento della stampa anche su articoli, della stessa serie, prodotti a distanza di tempo. Il modello M14 può lavorare in linea con altre macchine.

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

► COSMOPOL

Cosmopol, a Vigevano-based company specializing in the construction of footwear and sole processing machines and product thermal stabilization, introduces two technical options which also had an excellent response at the Simac Tanning Tech 2023; these are the models **TENDER XI** and **ELECTA-SI-D**. The first is a precision sander/grinder system for the processing of flat soles, heels, shaped bands, technical articles, and fenders in leather, rubber, PVC or similar material. Here are the main features of the **TENDER XI** model:

- Abrasive belt with pneumatic tensioning and release system for quick replacement, which allows for the use of various grit belts, depending on the material to be processed;
- Speed variators on the abrasive belt and on the conveyor belt which allow to achieve the right balance between sanding and material feeding;
- Digital panel for managing the operating cycle: up to 100 working programs can be stored;
- Digital control of the conveyor belt height; this allows for a precision adjustment up to 0.01 mm;

- Rotating brush to remove processing residues while keeping the material clean;
- The material feeding is from the sides and the front, in order to facilitate large pieces processing;
- 100% recyclable aluminium and steel structure, cold assembled to reduce by 70% the use of welding gas and CO₂.

The second model, **ELECTA-SI-D**, is a more sophisticated version of the better known **ELECTA SI**. This is a multifunction, abrasive belt sander/grinder machine for processing soles made of synthetic materials, leather, rubber, PVC or similar pieces.

Here are the main features of the **ELECTA SI** and **ELECTA SI-D** models:

- Abrasive belt with pneumatic tensioning and release system for quick replacement, which allows for the use of various grit belts, depending on the material to be processed;
- Tensioning of the pneumatic conveyor belt acting on two of the three transport rollers;
- Pneumatic and adjustable working pressure;
- Manual insertion of the workpiece, automatic processing and ejection;



TENDER XI

Il modello EC07 S è un'ugualizzatrice di soles piane, in cuoio o tunit, che utilizza il metodo di sgrossatura e successiva finitura della superficie. Una scelta fatta a vantaggio della precisione. Per rifinire al meglio la superficie è stato inserito un gruppo di smerigliatura che ha la funzione di rasare la superficie. Anche questo modello può lavorare in linea con altri macchinari.

► COSMOPOL

Specializzata nella costruzione di macchine per la lavorazione della calzatura, in particolare della suola e per la stabilizzazione

termica del prodotto, l'azienda vigevanese presenta due proposte tecniche che hanno avuto un ottimo riscontro anche in occasione del Simac Tanning Tech 2023. Si tratta dei modelli **TENDER XI** ed **ELECTA-SI-D**. Il primo è una smerigliatrice/sfioratrice di precisione per la lavorazione di soles piane, tacchi, fascioni sagomati, articoli tecnici, parabordi in cuoio, pelle, gomma, PVC o similari.

Le principali caratteristiche tecniche della **TENDER XI** sono le seguenti:

- Nastro abrasivo con sistema di tensionamento e sgancio

pneumatico per una rapida sostituzione dello stesso. Aspetto, questo, che agevola l'utilizzo di nastri con grane diverse, in funzione del materiale da lavorare;

- Variatori di velocità sul nastro abrasivo e sul tappeto di trasporto permettono di raggiungere un giusto equilibrio tra la smerigliatura e la velocità di avanzamento;
- Pannello digitale per la gestione del ciclo operativo: è possibile memorizzare fino a 100 programmi di lavoro;
- Controllo digitale dell'altezza del tappeto di trasporto. Aspetto

**International
Technology**

January
2024

ELECTA SI-D



- Speed variator on the conveyor belt;
- Rotating brush after grinding to remove processing residues while keeping the material clean;
- 100% recyclable aluminium and steel structure, cold assembled to reduce by 70% the use of welding gas and CO₂.

Features adding to the previous ones which differentiate the ELECTA SI-D version:

- Speed variator also on the abrasive belt, as well as on the conveyor belt, which allow to achieve the right balance between sanding and material feeding;
- Digital management panel and possibility of storing up to 100 working programs;
- Device for heel and half-sole seats grinding.



ELECTA SI

primo piano tecnologia

che permette una regolazione di precisione fino a 0.01 mm;

- Spazzola rotante per asportare residui di lavorazione mantenendo pulito il materiale;
- Inserimento del materiale, dai lati e dal frontale, studiato per agevolare la lavorazione di pezzi di grandi dimensioni;
- Struttura in alluminio e acciaio riciclabile al 100%, assemblata a freddo per ridurre del 70% l'uso di gas di saldatura e CO₂.

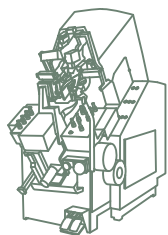
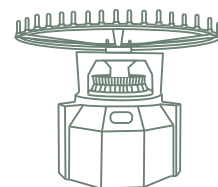
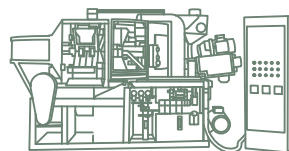
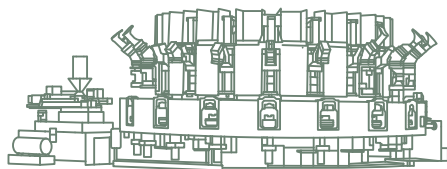
Mentre il secondo, ELECTA-SI-D, rappresenta la versione più sofisticata della più conosciuta ELECTA SI. Si tratta di una smerigliatrice/sfioratrice

multifunzione per la lavorazione di suole in materiali sintetici, cuoio, gomma, PVC o pezzi similari eseguita per mezzo di un nastro abrasivo.

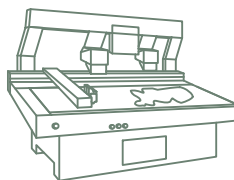
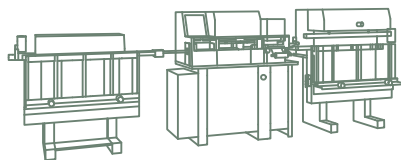
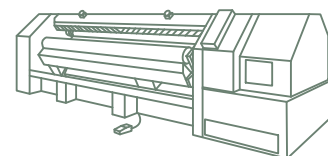
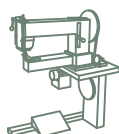
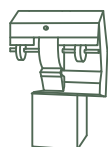
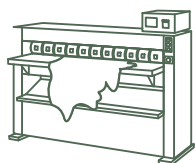
Caratteristiche principali della ELECTA SI e ELECTA SI-D

- Nastro abrasivo con sistema di tensionamento e sgancio pneumatico per una facile e rapida sostituzione per l'utilizzo di grane diverse in base al materiale da lavorare;
- Tensionamento del tappeto di trascinamento pneumatico che agisce su due dei tre rulli di trasporto;

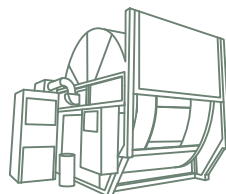
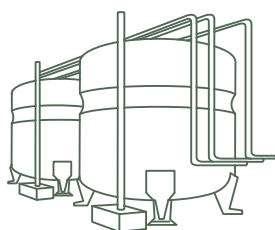
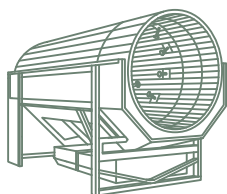
- Pressione di lavoro pneumatica e regolabile;
 - Inserimento del pezzo da lavorare manuale, lavorazione ed espulsione automatica;
 - Variatore di velocità sul tappeto di trasporto;
 - Spazzola rotante dopo la smerigliatura per asportare residui di lavorazione mantenendo pulito il materiale;
 - Struttura in alluminio e acciaio riciclabile al 100%, assemblata a freddo per ridurre del 70% l'uso di gas di saldatura e CO₂.
- Caratteristiche che si aggiungono alle precedenti e differenziano la versione ELECTA SI-D:



17-19
SEPTEMBER 2024
MILAN



Visit 2023 exhibitors online catalogue



FIERA MILANO

**INTERNATIONAL EXHIBITIONS OF MACHINES AND TECHNOLOGIES
FOR FOOTWEAR, LEATHERGOODS AND TANNING INDUSTRY**

www.simactanningtech.it

Organized by:

Assomac Servizi Srl

Tel.: +39 038 178 883

exhibition@assomac.it

madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY

► TEGO

A popular brand on the leather goods market for its sewing machines and processing bags, belts, and straps, Tego keeps updating and enhancing these technologies.

Among the company's latest proposals, stand out machines for their use-friendly and excellent quality/cost ratio. An example is the top-counter machine line, **RM**, **CM**, and **CM-A** for the bag handle production.

The **RM** model enables to perform the handle trimming operation - it features a pedal-operated transport speed variator and a blade sharpening device.

The **CM** and **CM-A** models have been designed for crushing and shaping the already glued handle cover. The manual-operated **CM** machine delivers a simple and smooth operation thanks to 3 shaped rollers, built according to the customer's needs.

The **CM-A** model is the automatic version for handle crushing and shaping; the machine features a quick and accurate operation, which enables to achieve good quality

work and excellent production capacity. The machine features a set of interfacing rollers - 3 nylon rollers and 3 knurled steel rollers, sized and shaped according to customer's needs. The working settings (length, speed, and number of passes) are directly entered on the display.

TEGO has also expanded its sewing machine line, introducing the **TEIGO BIC3**, **BIC4** and **TEIGO 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.

TEIGO BIC3 AND BIC4

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

The **BIC3** 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.



primo piano tecnologia

- Variatore di velocità anche sul nastro abrasivo, oltre che sul tappeto di trasporto per permettere di raggiungere un giusto equilibrio tra la smerigliatura e la velocità di avanzamento;
- Pannello digitale di gestione e possibilità di memorizzare fino a 100 programmi di lavoro;
- Dispositivo smerigliatura sede tacco e sede mezza piantina.

► TEGO

Conosciuta sul mercato della pelletteria per le sue macchine da cucire e per la lavorazione di borse, cinture e cinturini, la

Tego prosegue nella rivisitazione e nel perfezionamento di queste tecnologie. Tra le sue ultime proposte figurano macchine che si distinguono per semplicità d'impiego e un ottimo rapporto qualità/costo. Un esempio è la linea da banco per la costruzione del manico, o maniglia, delle borse: **RM**, **CM** e **CM-A**.

La **RM** permette di eseguire l'operazione di rifilatura del manico: è dotata di un variatore di velocità di trasporto a pedale e di un apparecchio per l'affilatura delle lame. I modelli **CM** e **CM-A**, invece, sono stati studiati per

la pressatura e sagomatura del manico con ricopertura già incollata. L'apparecchio **CM**, a funzionamento manuale, grazie alla presenza di 3 rulli sagomati prodotti nella misura desiderata, esegue il lavoro in modo semplice ed efficiente.

Il modello **CM-A** è la versione automatica per la pressatura e sagomatura del manico: rapida e precisa, la macchina permette una buona qualità del lavoro e un'ottima capacità di produzione. L'operazione è eseguita grazie alla presenza di rulli che si interfacciano: 3 rulli in nylon e 3 rulli in acciaio zigrinato, sagomati

FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

51 *Edition*

13 / 14
MARCH

2024

SPECIAL

MACHINERY



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

SPRINGSUMMER 25

WWW.FUTURMODA.ES



FIRA
ALACANT

aec

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



Ajuntament d'Elx
Promoció Econòmica



Ajuntament
de Elda



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovació,
Indústria, Comerç i Turisme



CM

Technical features

Sewing head model Adler 867,
180 mm arm depth for BIC3 and
300 mm for BIC4.
Operation height 310 mm for
BIC3 and 390 mm for BIC4: this

feature enables the sewing of large
suitcases and bags.

TEIGO 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,
TEIGO R20 is a technologically
advanced machine.



CM-A



primo piano tecnologia

e prodotti nelle misure desiderate.
I parametri di lavoro (lunghezza,
velocità e numero dei passaggi)
vengono impostati direttamente sul
display.

La TEGO ha ampliato anche
la sua linea di macchine per la
cucitura, introducendo i modelli
TEIGO BIC3, BIC4 e TEIGO
R20.

Questo tipo di tecnologia speciale
è fondamentale per la produzione
della borsa, valigie o altri
particolari articoli. Oltre alla
funzionalità operativa, l'azienda
ha curato la qualità dei materiali
impiegati e l'aspetto costo che è sotto
lo standard di mercato.

TEIGO BIC3 E BIC4

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

Il modello BIC3, 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 BIC3 e mm 300
per la versione BIC4. Altezza
utile di lavoro mm 310 per la
BIC3 e mm 390 per la BIC4:
caratteristica che permette la
cucitura di valigie e borse di
dimensioni elevate.

TEIGO 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,



► ELITRON

The Marche-based company will showcase at Simac 2023 a line of leather and general material cutting machines designed and built to promptly respond to market needs in terms of technical reliability, working precision, user-friendly features, labour reduction, and environmental sustainability. A new technical solution, EPMS (Elitron Power Management System) is among the company's proposals that help to optimize the work, production and, last but not least, eco-compatible aspects of the machines. This is an innovative technical kit applied to

Elitron machines, which improves their performance and functionality. In particular, it streamlines the suction system so that the forces involved are focused on specific areas of the worktop. A solution that represents a major technological success, as it enables to reduce the system power consumption up to 30-50%. Starting this year, all Elitron plants have been equipped with the EPMS system.



► COMEC

The Veneto-based company specializes in the production of several machines for processing counters, assembly insoles, and other footwear parts; among these, the copying machine model A/6 is available: a system designed and built for the production of skiving rollers (made in aluminium or other materials), which are normally used on counter skiving machines.

To be introduced at Simac 2023 in its latest version, the model A/6 comprises a shaft upon which the sample roller is placed on the right and the one to be machined on the left. The operator needs just to prepare the sample roller with a double-sided-tape-attached counter. The copying process will be performed by a tool, right to left. The A/6 model features high-precision processing, ease of use, fast work execution, and duration over time. The machine complies with CE regulations regarding safety and environmental compatibility.



A/6



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 TEIGO R20 è una macchina tecnologicamente avanzata.

► ELITRON

L'azienda marchigiana, al Simac 2023, ha presentato una linea di

macchine per il taglio della pelle e dei materiali in genere, progettate e costruite per rispondere in modo tempestivo alla esigenza del mercato in fatto di affidabilità tecnica, precisione di lavoro, semplicità d'impiego, riduzione della manodopera e sostenibilità ambientale.

Tra le proposte dell'azienda, che contribuiscono ad ottimizzare il lavoro, la produzione e, non da ultimo, l'aspetto eco compatibile delle macchine, figura la nuova soluzione tecnica EPMS (Elitron Power Management System). Si tratta di un innovativo Kit tecnico che viene applicato sulle

macchine Elitron, migliorandone le prestazioni e la funzionalità. In particolare, razionalizza il sistema di aspirazione in modo che le forze in gioco siano concentrate in aree specifiche del tappeto. Una soluzione che rappresenta un'importante successo tecnologico, in quanto permette di ridurre dal 30 al 50% il consumo energetico dell'impianto. A partire da quest'anno, tutti gli impianti Elitron sono stati dotati del sistema EPMS.

► COMEC

Tra le diverse macchine realizzate dall'azienda veneta per la

**International
Technology**

January
2024



► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

The Marche-based company has enhanced its **ISOLA** production system, expanding the machine range within it, with the MCF model. A new 'Ring' configuration enables to manufacture footwear and leather goods items in various quality ranges (including the top of the range one), and in the most disparate lines: from sneakers to classic shoes for men, women and children, moccasin or Goodyear

processing (without the use of nails and reducing the glues to the bare minimum.) All the machines within the ISOLA system are designed to properly respond to the market demand for sustainable production cycles; for example, with this new production process, less machines, operational steps, and operators are required for the shoe assembly. In general, the Ring operating cycle allows significant savings in material and power cost, as well. With the introduction of the MCF model, ISOLA system's production capacity, as far as footwear is concerned, is 230/250 pairs every 8 working hours.



primo piano tecnologia

lavorazione di contrafforti, di sottopiedi di montaggio e altre parti della calzatura, figura anche il copiatore per matrici modello A/6: una macchina progettata e realizzata per la produzione delle matrici (in alluminio e altri materiali) che vengono abitualmente usate sulle macchine scarnitrici dei contrafforti. La A/6, che sarà presentata al Simac 2023 nella sua ultima versione, è costituita da un albero sul quale viene collocata a destra la matrice campione e a sinistra quella da lavorare. L'operatore deve solo preventivamente preparare la matrice col contrafforte campione

incollato tramite biadesivo. Un utensile esegue la lavorazione di copiatura da destra verso sinistra. Caratteristiche principali del modello A/6 sono la precisione del lavoro, la facilità d'impiego, la velocità di esecuzione del lavoro e la durata nel tempo. La macchina è costruita in conformità alle normative CE che regolamentano gli aspetti della sicurezza e della compatibilità ambientale.

► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

L'azienda marchigiana ha perfezionato il suo sistema di produzione ISOLA, ampliando la

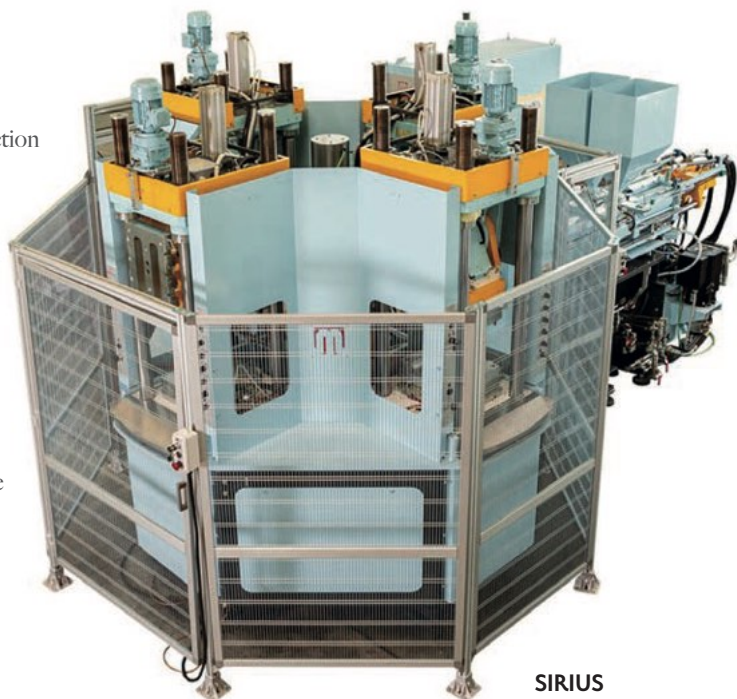
gamma di macchinari presenti al suo interno con il modello MCF. La nuova configurazione del "Ring" permette la produzione di calzature e articoli di pelletteria nelle diverse fasce di qualità (incluso i top di gamma), e nelle più disparate linee: dalla sneaker, alle scarpe classiche da uomo, donna e bambino, nelle linee moccassino o a lavorazione Goodyear (senza l'utilizzo di chiodi e riducendo i collanti al minimo indispensabile). Tutte le macchine presenti all'interno di ISOLA sono studiate per rispondere in modo opportuno alla richiesta del mercato di cicli produttivi

► MAIN GROUP TECHNOLOGIES

A plant for reintroduction of waste into the production cycle is at the core of the Veneto-based company; this includes the implementation, extension, and enhancement of the accessory range enabling a completely efficient recycling and seamless integration with the main Main Group machinery. A further step in this direction is represented by the MGT ECOLINE® pulverization line, a new system that enables the transformation of PU, EVA or rubber production waste into powder, with a variable granulometry of 400 to 600 μ , resulting in a high-quality end product, suitable for many applications.

Today, an essential part of production enhancement is also the analysis of data, which production plants are increasingly capable of collecting and transmitting; for this purpose, Main Group has developed the Data-Lab division specialized in data management and in providing companies with tools to make their machines smart, meaning systems capable of transmitting the information necessary to improve quality, reduce costs, and schedule maintenance perfectly. In terms of efficiency and flexibility, Main Group completed its offering showcased at Simac Tanning Tech with Sirius, a new

machine for the production of one- and two-colour footwear soles made in compact, expanded, rigid, and super-expanded thermoplastic materials. Materials capable of combining the reliability of static machines with the high productivity of the rotary ones.



SIRIUS



MGT ECOLINE®

sostenibili: ad esempio il montaggio della calzatura, che, con il nuovo processo di produzione, avviene riducendo il numero dei macchinari necessari, il numero delle fasi operative e anche il numero delle persone coinvolte nella produzione. Il ciclo operativo del Ring permette un significativo risparmio di materiale in genere e anche dei costi energetici. La capacità produttiva di ISOLA, per quanto concerne la calzatura, con l'introduzione del modello MCF, è di 230/250 paia ogni 8 ore lavorative.

► MAIN GROUP TECHNOLOGIES

Al centro della proposta dell'azienda veneta l'impianto per la reintroduzione degli scarti nel ciclo produttivo: implementata, ampliata e perfezionata la gamma di ausiliari che permettono un riciclo completamente efficiente e una perfetta integrazione con i principali macchinari Main Group.

Un ulteriore passo in questa direzione è rappresentato dalla linea di polverizzazione MGT ECOLINE®, il nuovo sistema che consente la trasformazione di scarti di produzione di PU, EVA o gomma in polvere, con una

granulometria variabile compresa tra 400 e 600 millimicron, ottenendo un prodotto finale di alta qualità, utilizzabile in diverse applicazioni.

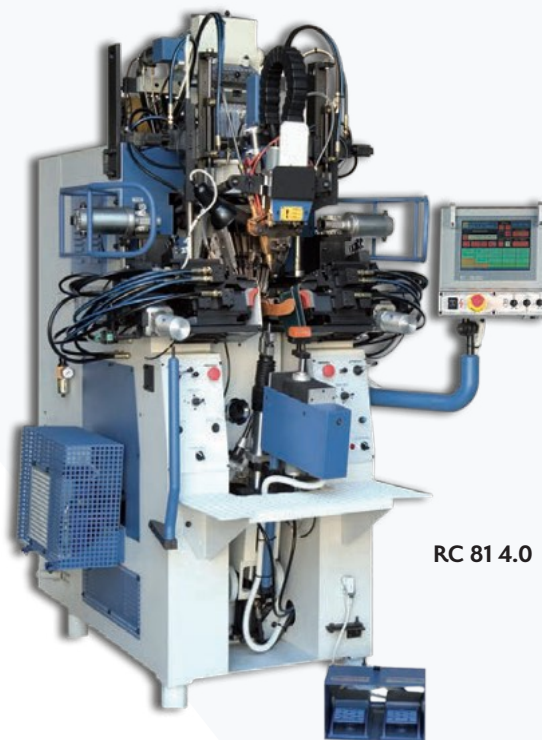
Anche l'analisi dei dati, che in misura sempre crescente gli impianti produttivi sono in grado di raccogliere e trasmettere, è oggi parte fondamentale dell'efficientamento della produzione: a questo scopo, Main Group ha sviluppato la divisione DataLab, specializzata nella gestione dei dati e nel fornire alle aziende strumenti per rendere le macchine dei sistemi intelligenti, capaci di trasmettere

International
Technology

January
2024

► RECES

The company has launched on the market its new RC 81 4.0 hydraulic heel-seat lasting machine for nail assembly. This machine enables to produce men, women and children's footwear, including boots up to 60 cm high. The machine operating features are many and almost all represent an upgrade of those already existing in the previous RC 81 model. There are, though, a few technical changes that distinguish it, i.e., a new loader, the nailing differentiated according to the model (left or right), an electronic system that controls several operating steps, and the automatic (programmable) "start and stop" function to switch the engine off during idling activity. The machine features a 3-compartment loader which can hold nails of different lengths, while the combination of low power consumption electronics and electrical system and a more efficient hydraulic system ensure the optimization of the various operating phases and



RC 81 4.0

a significant reduction in energy consumption. Other features that make the RC 81 4.0 model a state-of-the-art machine are the retractable head unit, inclined hammers and a particularly noiseless nailing process.



primo piano tecnologia

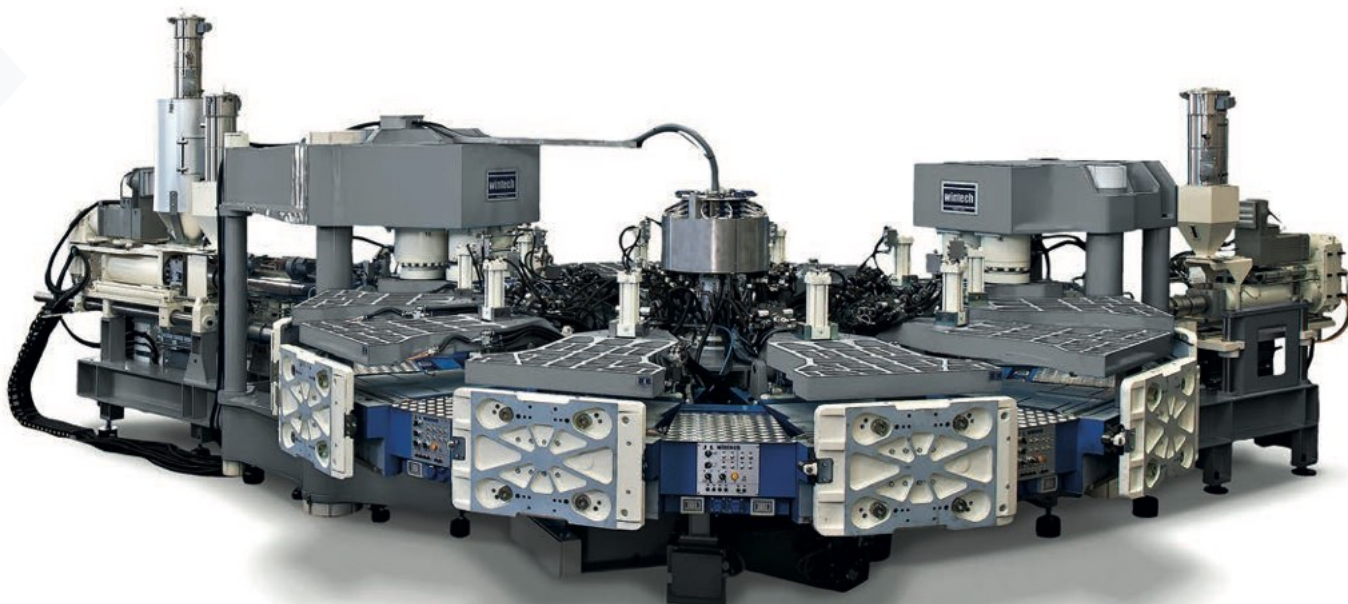
le informazioni necessarie per migliorare la qualità, ridurre i costi e pianificare perfettamente la manutenzione.

In termini di efficienza e flessibilità, la proposta per Simac Tanning Tech di Main Group è completata da Sirius, la nuova macchina per la produzione di suole per calzature mono e bicolori in materiali termoplastici compatti, espansi, rigidi e super espansi. Materiali in grado di unire l'affidabilità delle macchine statiche all'alta produttività delle macchine rotative.

► RECES

L'azienda ha messo sul mercato la nuova montaboette oleodinamica modello RC 81 4.0, per il montaggio a chiodi. Una macchina che permette la produzione di calzature da uomo, donna e bambino, incluso lo stivale alto fino a 60 cm. Le caratteristiche operative del modello sono molte, e quasi tutte rappresentano un'evoluzione di quelle già adottate sulla precedente versione RC 81, dalla quale deriva. Non mancano però modifiche tecniche che la distinguono: il nuovo caricatore, l'inchiodatura differenziata per modello destro e sinistro,

un impianto elettronico che controlla più passaggi operativi, e la funzione automatica (programmabile) "start and stop", che fa spegnere il motore dopo qualche minuto di inattività della macchina. Il caricatore è stato costruito con 3 scomparti, in modo da contenere chiodi di diversa lunghezza, mentre la combinazione tra elettronica e impianto elettrico, grazie all'utilizzo di componenti elettrici a basso consumo energetico e di un più efficiente impianto oleodinamico, garantisce l'ottimizzazione delle diverse fasi operative e una significativa riduzione dei consumi energetici.



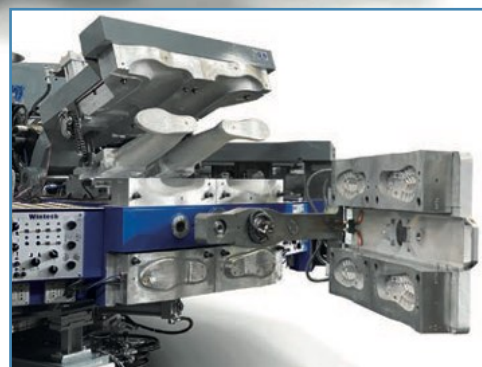
WINTECH

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."



Tra le caratteristiche che fanno del modello RC 81 4.0 una macchina di ultima generazione figurano anche un gruppo testa retrattile, i martelletti inclinati e la fase d'inchiodatura particolarmente silenziosa.

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

International
Technology

January
2024

► GILARDI

The company based in Vigevano has developed a machine, whose main features are processing simplicity, use versatility, and an excellent quality/price ratio. The new machine, **GL-14-P**, is a press for plating, die-cutting and

printing both hide and leather, and synthetic materials.

The machine is equipped with a cart to automatically move the piece-holder table for plating (folding opening); the upper surface heating temperature is adjustable, as well as the desired pressure and working time.

The processing parameters, i.e. degrees and pressing time, are displayed on the control panel, while a pressure gauge shows the power (Newton/m²).

The folding opening of the working table can be stopped and switched-off with a simple operator's intervention.

The folding opening hold enables the machine to automatically perform die-cutting and printing jobs – tasks managed by the operator using two buttons.



Technical Data

Automatic entry and exit of the piece-holder cart.
Work table size - 400 × 500 mm.
Pression power adjustable up to 100 t.
Open table distance 80 mm.
Electronically controlled safety bars.



primo piano tecnologia

stato possibile ottenere i risultati desiderati. Inclusa la qualità del prodotto finito”.

► GILARDI

L'officina meccanica di Vigevano, ha messo a punto una macchina che ha come caratteristiche principali la semplicità di lavorazione, la versatilità di impiego e un ottimo rapporto qualità/prezzo. La nuova nata, GL-14-P, è una pressa per placcare, fustellare e stampare sia la pelle che il cuoio e i materiale sintetici. La macchina è dotata di un carrello per la movimentazione automatica del piano porta pezzi per la placcatura (apertura a

libro); la temperatura per il riscaldamento del piano superiore è regolabile, come la pressione desiderata e il tempo di lavoro. I valori di lavorazione, gradi e tempo di pressatura, sono visualizzati sul pannello di controllo, mentre la potenza (Newton/m²) appare sul manometro. L'apertura a libro del piano di lavorazione, può essere modificata e interrotta dall'operatore con un semplice intervento. La sospensione dell'apertura a libro permette alla macchina di eseguire automaticamente i lavori di fustellatura e di stampa: queste operazioni vengono gestite

dall'operatore grazie alla presenza di due pulsanti.

Dati Tecnici

*Entrata e uscita del carrello porta pezzi, automatica.
Dimensioni del piano di lavoro, 400×500 mm.
Potenza di pressione regolabile fino a 100 t.
Distanza tra i piani aperti 80 mm.
Barriere di protezione a controllo elettronico.*



INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI



INVISIBLE
POWER



INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI SPA



DURABOND



WWW.FORESTALI.COM

► LVMH MÉTIERS D'ART ACQUIRITO VERDEVELENO

Lvmh Métiers d'Art ha annunciato l'acquisizione di Grupo Verdeveleno, una spagnola di riferimento nel concio e nella rifinitura di pelli esotiche.

"Questo non è solo un ampliamento commerciale, ma una fusione di valori e di progetti. Una operazione destinata a coinvolgere tutte le aziende del gruppo, che potranno beneficiare del nostro know how e del nostro impegno, nella produzione responsabile e consapevole. Con questa acquisizione, noi potremo continuare ad investire nella qualità

acquisizione, we will be able to keep investing in product quality and supply chain care," declared José Danvila, CEO of Grupo Verdeveleno. Last May, LVMH Métiers d'Art formalized the acquisition of the majority of the Nuti Ivo company, an Italian historic tannery in the Santa Croce sull'Arno district (Pisa). Founded in 2015, LVMH Métiers d'Art manages the entire leather production process starting from the farms. The brand's activities range across various sectors, including building construction.



► SCHOOLING AT BOTTEGA VENETA

Accademia Labor et Ingenium is a new brand's project, which enables the company to passing down from generation to generation the ancient manufacturing art of master craftsmen. This is a permanent laboratory intended for employees, new hires and external students as well: no more than 50 students per year in total.

"The Labor et Ingenium Academy is a strategic pillar for preserving the unique savoir-faire of Bottega Veneta," declared the company's CEO. "Excellent craftsmanship and creativity are part of our brand and the heritage of our region of origin, Veneto. With

"Accademia" we want to share our history and our skills, with the aim of helping the artisans of the future grow."

The first external collaboration of the Labor et Ingenium Academy began with a new seven-week career orientation course, established together with the IUAV University of Venice.

The curriculum includes courses for the prototyping and production of different bag shapes and finishes, as well as insights into the luxury sector and the development of professional communication and interpersonal relationship skills. The course is directed by Ruggero Negretto, a senior employee with several years of experience at Bottega Veneta.

notizie in breve aziende paesi

► LVMH MÉTIERS D'ART HA RILEVATO VERDEVELENO

Lvmh Métiers d'Art ha annunciato l'acquisizione di Grupo Verdeveleno, azienda spagnola di riferimento nella concia e nella rifinitura di pelli esotiche.

"Questo non è solo un ampliamento commerciale, ma una fusione di valori e di progetti. Una operazione destinata a coinvolgere tutte le aziende del gruppo, che potranno beneficiare del nostro know how e del nostro impegno, nella produzione responsabile e consapevole. Con questa acquisizione, noi potremo continuare ad investire nella qualità

e sull'attenzione alla supply chain", ha dichiarato José Danvila, CEO di Grupo Verdeveleno. Lo scorso maggio, Lvmh Métiers d'Art ha ufficializzato l'acquisizione della maggioranza dell'azienda Nuti Ivo, storica conceria del distretto di Santa Croce sull'Arno (Pisa). Fondata nel 2015, Lvmh Métiers d'Art gestisce l'intero processo di produzione delle pelli partendo dagli allevamenti. Le attività del brand spaziano in diversi settori, incluso quello dell'edilizia.

► A SCUOLA DA BOTTEGA VENETA

Accademia Labor et Ingenium è il nuovo progetto del brand, che,

con questa iniziativa, si impegna a tramandare di generazione in generazione l'antica arte manifatturiera dei maestri artigiani. Si tratta di un laboratorio permanente destinato ai propri dipendenti, ai nuovi assunti e anche agli studenti esterni: complessivamente non più di 50 studenti all'anno.

"L'Accademia Labor et Ingenium è un pilastro strategico per preservare il savoir-faire unico di Bottega Veneta -ha dichiarato il CEO dell'azienda. L'artigianato e la creatività d'eccellenza sono parte integrante del nostro brand e del patrimonio della nostra regione d'origine, il Veneto. Con "Accademia" vogliamo condividere la nostra storia e le nostre com-

petenze, con l'obiettivo di far crescere gli artigiani del futuro."

La prima collaborazione esterna dell'Accademia Labor et Ingenium ha preso il via con un nuovo corso di orientamento al lavoro, della durata di sette settimane, realizzato insieme all'Università Iuav di Venezia.

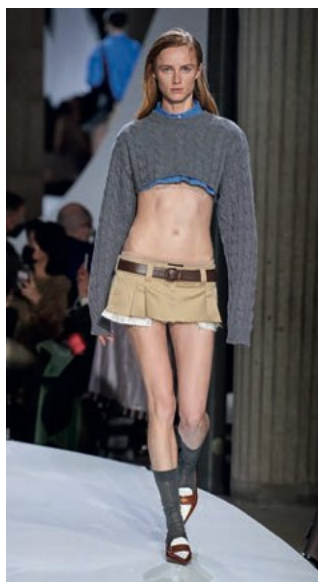
Il programma di studio include corsi per la prototipazione e la produzione di diverse forme e finiture di borse, nonché approfondimenti sul settore del lusso e lo sviluppo di competenze professionali di comunicazione e relazioni interpersonali. Il corso è diretto da Ruggero Negretto, dipendente con più anni di attività in Bottega Veneta.

► GROWTH FOR PRADA AND MIU MIU BRANDS

In the first 9 months of 2023, the Group achieved net revenues of 3.344 billion euro, up 17%. The sales recorded +17% to 2.979 billion euro, with Prada growing by 13% and Miu Miu by 49%. Prada's clothing and footwear collections "kept receiving great appreciation from customers." In



the leather goods segment, great attention continues to be paid to strengthening iconic products, alongside the continuous launch of new products. Furthermore, Q3 saw the introduction of the Prada Beauty Makeup and Skincare lines, which, a company note reads, "received excellent acclaim." After the quarter closing, Prada announced a partnership with Axiom Space to supply spacesuits to NASA, in view of the Artemis III mission. As regards Miu Miu, over this nine-month period, an excellent performance on a global scale was confirmed. The brand recorded significant growth across all product categories, including leather goods, particularly thanks to the success of the 'Wander' and 'Arcadie' bags. Regionally speaking, growth is



driven by Asia Pacific, Japan, and Europe, with sales in the nine months of +21%, +47%, and +17 percent, respectively. Middle East (+12%) and the Americas

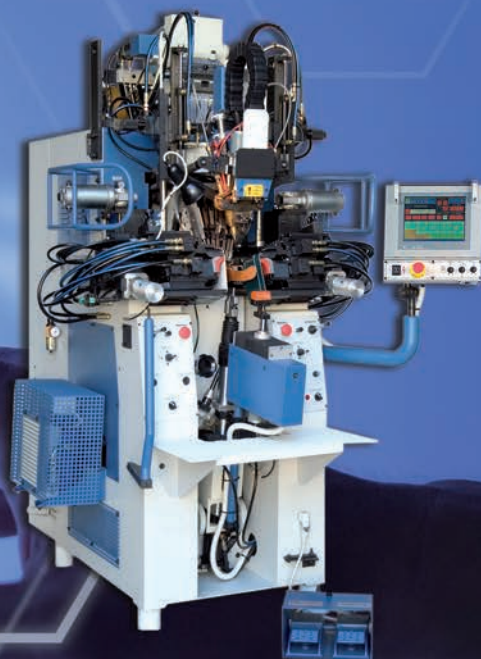
with a slight decline (-1%) follow. Finally, a plus sign for all product categories: clothing +32%, leather goods +8%, and footwear +16 percent. "The careful execution of our strategy has generated solid growth," said Patrizio Bertelli, President and Executive Director of the company. "The group kept consolidating the desirability of its brands and accelerated investments as planned. Looking ahead, we can count on our strengthened organization to accelerate innovation and make our Group even more dynamic, maintaining the flexibility and reactivity that have always characterized it."



Cutting-edge
Italian technology
since 1961

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

100%
Made in Italy



► **FATFACE ACQUIRED BY NEXT WITH A 133-MILLION-EURO OPERATION**

The retailer FatFace has been acquired by Next for 115.2 million pounds (approximately 133 million euro). The British multinational clothing company will hold 97% of the capital, while FatFace management will retain 3% of the company. In a press release, Next said that Will Crumbe will keep his

role of CEO, and that FatFace "will maintain its management autonomy and creative independence."

The FatFace brand owns over 200 stores in the United Kingdom and Ireland, as well as some stores in the United States and Canada, and, since 2016, has been present online with the Next.co.uk portal.

Next, which manages around 460 stores in the United



Will Crumbe



Kingdom and Ireland and is present online in over 70 countries, has expanded its retail, in recent years, by launching a massive acquisition campaign; in the year 2023 alone, Next took over the Cath Kidston brand and led to 72% its stake in the Reiss fashion chain; in 2022 it purchased Joules, a fashion retailer, the Made.com brand and a minority share of JoJo Maman Bebé, a brand known in the world of kids' wear.

notizie in breve
aziende
paesi

► **CRESCONO I MARCHI PRADA E MIU MIU**

Nei primi 9 mesi del 2023, il Gruppo ha riportato ricavi netti pari a 3,344 miliardi di euro, in crescita del 17%.

Le vendite hanno fatto registrare un +17% a 2,979 miliardi, con Prada che cresce del 13% e Miu Miu del 49 per cento. Le collezioni di abbigliamento e calzature di Prada "hanno continuato a registrare grande apprezzamento da parte della clientela". Nella pelletteria, prosegue la grande attenzione al rafforzamento di prodotti iconici,

che si affianca alla continua introduzione di novità. Inoltre, il Q3 ha visto il lancio delle linee Prada Beauty Makeup e Skincare, che, si legge in una nota aziendale, "ha ottenuto ottimi consensi". Dopo la chiusura del trimestre, Prada ha annunciato una partnership con Axiom Space per la fornitura di tute spaziali alla NASA, in vista della missione Artemis III. Per quanto riguarda Miu Miu, nel corso dei nove mesi, si conferma un'ottima performance su scala globale. Il marchio ha registrato una crescita significativa in tutte le categorie di prodotto, compresa la pelletteria, in particolare grazie al successo delle borse 'Wander' e

'Arcadie'. A livello geografico, Asia Pacifico, Giappone ed Europa trainano la crescita, con vendite nei nove mesi rispettivamente del +21%, +47% e +17 per cento. Seguono Medio Oriente a +12% e le Americhe in leggera flessione (-1 per cento). Segno più, infine, per tutte le categorie di prodotto: abbigliamento a +32%, pelletteria a +8% e calzature a +16 per cento. "L'esecuzione attenta della nostra strategia ha generato una crescita solida -ha detto Patrizio Bertelli, Presidente e Amministratore Esecutivo della società. Il gruppo ha continuato a consolidare la desiderabilità dei propri marchi e ha accelerato gli investimenti

come previsto. Guardando avanti, possiamo contare sulla nostra rafforzata organizzazione per accelerare sull'innovazione e rendere il nostro Gruppo ancora più dinamico, mantenendo la flessibilità e reattività che da sempre lo caratterizzano".

► **FATFACE PASSA NELLE MANI DI NEXT. OPERAZIONE DA 133 MILIONI DI EURO**

Il retailer FatFace è stato rilevato da Next per 115,2 milioni di sterline (circa 133 milioni di euro). La multinazionale britannica dell'abbigliamento deterrà il 97% del capitale, mentre il management di FatFace conserverà il 3%



APLF LEATHER

19 - 21 MARCH 2024
HONG KONG

www.aplf.com

APLF

UFI
Approved
Event



| **informa**markets

► **LVMH LOOKS TO YOUNG PEOPLE - 2,500 YOUNG ITALIANS TO BE HIRED BY 2025**

The group has announced that approximately 2,500 young Italians will be hired by the end of 2025 and that they will follow a training program of the 'Istituto dei Mestieri di Eccellenza.'

This initiative follows the recent inauguration of a new production site in Florence.



The Istituto dei Mestieri di Eccellenza enabled the French Group to train 730 students and by the end of 2024 a new group of 422 Italian students is expected to be trained. To date, in Italy, between men and women, there are approximately 7 thousand LVMH employees dedicated to the 'Mestieri d'Eccellenza' training program. Overall, in Italy, the group led by Bernard Arnault boasts 35 factories and over 13,000 employees, of which approximately 50% are involved in the 'Mestieri d'Eccellenza'. "Almost ten years ago, with the creation of the Istituto dei Mestieri di Eccellenza, we were pioneers in the recognition of skilled professions - commented Chantal Gaemperle, LVMH executive vice president for human resources and synergies. "We are very satisfied with how the training program of our Mestieri d'Eccellenza courses is

continuing, which, this year, will allow us to introduce another 400 young people into the world of work".



Chantal Gaemperle

**notizie in breve
aziende
paesi**

dell'azienda. In un comunicato stampa, Next, ha fatto sapere che Will Crumbie resterà nel ruolo di CEO, e che FatFace "manterrà la propria autonomia gestionale e indipendenza creativa".

L'insegna FatFace conta oltre 200 negozi nel Regno Unito e in Irlanda, oltre ad alcuni avamposti negli Stati Uniti e in Canada, e, dal 2016, è presente online con il portale Next.co.uk.

Next, che gestisce circa 460 negozi nel Regno Unito e in Irlanda ed è presente online in oltre 70 Paesi, negli ultimi anni ha ampliato il suo

retail dando il via a una massiccia campagna di acquisizioni: solo nel 2023 Next ha rilevato il marchio Cath Kidston e ha portato al 72% la sua partecipazione nella catena fashion Reiss: nel 2022 ha acquistato Joules, rivenditore di moda, il brand Made.com e una quota di minoranza di JoJo Maman Bébé, brand conosciuto nel mondo del kids'wear.

► **LVMH GUARDA AI GIOVANI: ENTRO IL 2025 ASSUMERÀ 2.500 GIOVANI ITALIANI**

Il gruppo ha annunciato che entro la fine del 2025 verranno assunti circa 2.500 giovani italiani

che seguiranno il programma di formazione dell'Istituto dei Mestieri di Eccellenza.

Questa iniziativa segue la recente inaugurazione, a Firenze, di una nuova sede produttiva.

Grazie all'Istituto dei Mestieri d'Eccellenza il gruppo d'Oltralpe ha formato ben 730 studenti ed entro la fine del 2024 prevede la formazione di un nuovo gruppo di 422 studenti italiani. Ad oggi In Italia, tra uomini e donne, sono circa 7mila i dipendenti di Lvmh che si dedicano al programma di formazione di Mestieri d'Eccellenza. Nel complesso, in Italia, il gruppo capitanato da Bernard Arnault vanta ben 35 manifatture e oltre

13mila dipendenti, di cui circa il 50% coinvolti nei Mestieri d'Eccellenza.

"Quasi dieci anni fa, con la creazione dell'Istituto dei Mestieri d'Eccellenza, siamo stati pionieri nel riconoscimento dei mestieri qualificati - ha commentato in una nota Chantal Gaemperle, vicepresidente esecutiva di Lvmh per le risorse umane e sinergie. Siamo molto soddisfatti di come prosegue il programma di formazione dei nostri corsi Mestieri d'Eccellenza, che, quest'anno, ci permetterà di inserire nel mondo del lavoro altri 400 giovani".

ECO BALANCED

La nostra promessa.
La nostra responsabilità.
La nostra missione,
a **FAVORE DEL PIANETA.**



Abitalia INC.



Reinforcement
materials

Shoe &
Leather
Goods

info@abitaliainc.it
abitape.com/abitalia