

INTERNATIONAL TECHNOLOGY

MACHINES, ACCESSORIES AND COMPONENTS FOR FOOTWEAR AND LEATHER GOODS



MARKETS

MERCATO

Industry leaves 'bad memories' behind

Il settore si lascia alle spalle i "brutti ricordi"

MARKETS

MERCATO

Exports slow down

Frena l'export

ACTUALITY

ATTUALITÀ

Assomac and Simac Tanning Tech – Unequalled sounding board

Assomac e Simac Tanning Tech, una cassa di risonanza che non ha uguali

FAIRS

FIERE

More than 18,000 visitors recorded

Superate le 18000 presenze di visitatori

SHOWCASES

Seen at PITTÌ IMMAGINE

Visto a PITTÌ IMMAGINE

MATERIALS

MATERIALI

The most recent

I più recenti

TECHNOLOGY

TECNOLOGIA

The latest

Le più recenti

NEWS IN BRIEF

Notizie in breve



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



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



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



INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI

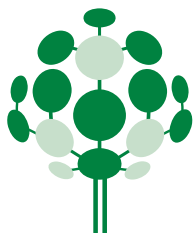
www.forestali.com



forestali@forestali.com

INVISIBLE
POWER

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



INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI SPA



DURABOND



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

www.forestali.com • forestali@forestali.com



EVA. BioBased
65% Recycled EVA.
EVA. Injection molding



E.V.A. SHEETS and SOLES

made in Italy since 1968

 **SELASTI**
S.p.A.
SETTORE LASTRE STIGO

www.selasti.com



FUSSBETT PER CALZATURE

FOOTWEAR ANATOMICAL FOOTBEDS



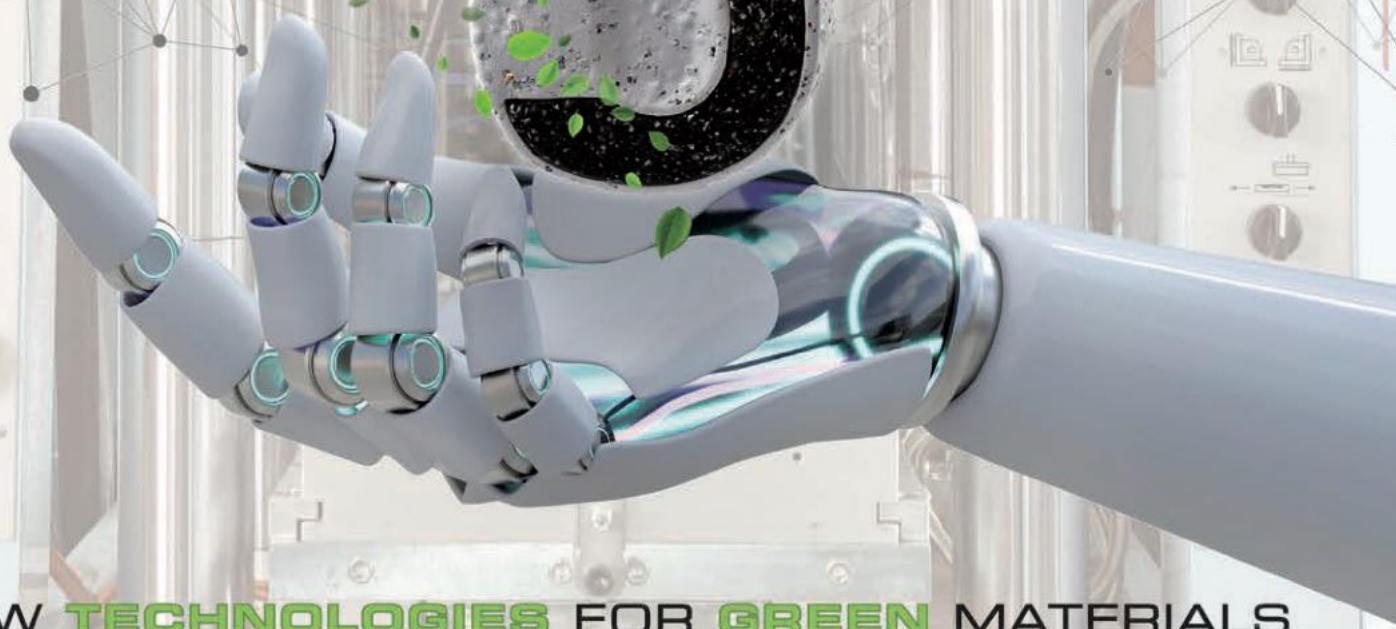
**Our skill and experience
for the comfort of your feet**

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



MAINGROUP®

A BRAND OF **ATOM**



NEW TECHNOLOGIES FOR GREEN MATERIALS



ARTIFICIAL
INTELLIGENCE



INTERCONNECTION



ENERGY - MATERIAL
SAVING

www.maingroup.com

summary



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



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



BACK COVER

Assomac Servizi Srl

Via Matteotti 4/a,
27029 Vigevano (PV), Italy
Tel. +39 0381 78883
+39 0381 88602
office@assomac.it
assomac.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
shoemachinery.com

Year XXXII - n° 02 - February 2023

Bimonthly periodical

- Bimonthly periodical
- Shipping by postal subscription
- Authorization from the Milan court n. 705 - 30/12/1992
- The unauthorized reproduction of articles, drawings or photographs is strictly prohibited.



List of advertisers

► MARKETS		mercati
Industry leaves 'bad memories' behind		
<i>Il settore si lascia alle spalle i "brutti ricordi"</i>	8	
Exports slow down		
<i>Frena l'export</i>	14	
► ACTUALITY		attualità
To protect entrepreneurs and focus on training		
<i>Tutelare chi fa impresa e puntare sulla formazione</i>	20	
Assomac and Simac Tanning Tech – Unequalled sounding board		
<i>Assomac e Simac Tanning Tech, una cassa di risonanza che non ha uguali</i>	22	
► FAIRS		fiere
More than 18,000 visitors recorded		
<i>Superate le 18000 presenze di visitatori</i>	24	
The number of foreign visitors is growing		
<i>Cresce la presenza degli stranieri in visita</i>	26	
Still significant the Italian exhibitors' attendance		
<i>Tra gli espositori resta importante la presenza italiana</i>	28	
► TRENDS		
Pitti Immagine Uomo & Bimbo	30	
► MATERIALS		materiali
The most recent		
<i>I più recenti</i>	38	
► TECHNOLOGY		tecnologia
The latest		
<i>I più recenti</i>	50	
► NEWS		
News in brief		
<i>Notizie in breve</i>	66	

A	
Abitalia	Front Cover
Assomac	Back Cover
C	
Comec	65
CT Point	57
D	
Davos	29
F	
Fratelli Alberti	53
G	
Gilardi	27
I	
Industrie Chimiche Forestali	67
L	
Lamebo	11
Luigi Carnevali	2
M	
Main Group Technologies	5
MLM	71
N	
New Step	4
P	
Pranem	49
Prodotti Alfa	41
R	
Reces	25
S	
Selasti	3
Sipol	45
Sollini	17
T	
TecnoGi	13, 19
Tego	55
W	
Wintech	23



26



38



50



66

Italy – Men's clothing trend in the first 9 months of 2022

Industry leaves 'bad memories' behind



► The menswear clothing growth trend registered in 2021 (+15.2%) kept going on in 2022, as well. In fact, this segment should close 2022 with a turnover of around 11.3 billion euro (+20.5%), exceeding pre-Covid-19 results – in 2019 the turnover was 10.1 billion euro. Against a lively growth in import flows, the production value, in 2022, shows an increase of +8.5% compared to 2021.

Good results for exports too, which, after an abrupt stop in 2020 (-16.7%), return to grow (+13.4%) in 2021, keeping its positive trend also in 2022, which, in the final balance should close with a turnover of approximately 8.4 billion euro (+26.1%). The export textile-fashion segment incidence on the total turnover should be around 73.8%.

A growth of 44.3% in the twelve months is also expected for imports, which collapsed by 20.1% in 2020 and partially recovered by +8.0% in 2021. If the import trend is confirmed, the value of purchases will be 5.8 billion euro. Given the value of foreign trade, the trade balance should amount

primo piano mercati

Italia: andamento dell'abbigliamento maschile nei primi 9 mesi del 2022

Il settore si lascia alle spalle i "brutti ricordi"

► L'abbigliamento maschile ha proseguito anche nel 2022 la tendenza di crescita che si era già registrata nel 2021 (+15,2%). Infatti, il menswear italiano dovrebbe archiviare il 2022 con un fatturato attorno agli 11,3 miliardi di euro (+20,5%), superando i risultati pre-Covid: il turnover del 2019 è stato di 10,1 miliardi di euro. A fronte di una vivace crescita dei flussi di importazioni, nel 2022 il valore della produzione presenta un incremento del +8,5% rispetto al 2021. Bene anche l'export, che, dopo il

brusco stop del 2020 (-16,7%), nel corso del 2021 ha ripreso quota (+13,4%), proseguendo il trend positivo anche nel 2022, che, a consuntivo, dovrebbe chiudersi con un fatturato di circa 8,4 miliardi di euro (+26,1%). L'incidenza dell'export sul fatturato totale del comparto Tessile-Moda si dovrebbe attestare intorno al 73,8%. Anche per l'import (crollato del 20,1% nel 2020 ma in parziale recupero nel 2021, +8,0%) si profila una crescita del 44,3% nei dodici mesi. Se il trend dell'import verrà confermato, il valore degli acquisti

dovrebbe essere di 5,8 miliardi. Visto il valore degli scambi con l'estero, il saldo commerciale si dovrebbe attestare a +2.606 milioni di euro (41 milioni in meno rispetto al consuntivo 2021).

Il commercio con l'estero nei primi nove mesi del 2022

Nei primi nove mesi del 2022 i dati ISTAT indicano un trend positivo, sia per l'export sia per l'import: da gennaio a settembre 2022 l'export di menswear dovrebbe aver raggiunto una crescita del 26,3%, portandosi a quota 6,5 miliardi di euro, mentre

ITALIAN MEN'S FASHION INDUSTRY (2017-2022*)

(Millions of euro)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Turnover	9,291	9,516	10,147	8,169	9,410	11,341
Change %		2.4	6.6	-19.5	15.2	20.5
Value of production	4,727	4,648	4,681	3,686	4,363	4,736
Change %		-1.7	0.7	-21.3	18.4	8.5
Exports	6,100	6,396	7,029	5,858	6,641	8,372
Change %		4.9	9.9	-16.7	13.4	26.1
Imports	3,952	4,294	4,631	3,699	3,994	5,765
Change %		8.6	7.8	-20.1	8.0	44.3
Trade balance	2,147	2,102	2,398	2,160	2,647	2,606
Final consumption	6,890	6,556	6,285	4,395	5,363	5,860
Change %		-4.8	-4.1	-30.1	22.0	9.3
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	65.7	67.2	69.3	71.7	70.6	73.8

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

to +2,606 million euro (41 million less than in the 2021 final balance).

Foreign trade in the first nine months of 2022

ISTAT data shows a positive trend in the first nine months of 2022, both for exports and imports – from January to September 2022, menswear exports should achieve a growth of 26.3%, reaching 6.5 billion euro, while imports, with approximately 5.2 billion euro of spent, will reach almost +47.9%. In the first 9 months of 2022, the trade balance is just over 1.3 billion euro, showing an increase of almost 330 million euro compared to the figure for the first nine months of 2021.

As regards commercial outlets, both EU and non-EU areas grew by +27.7% and +25.1%, respectively.

The EU market covers 46.3% of the sector's total exports, while the non-EU one is the largest "buyer", absorbing 53.7% of it. Positive variations by +32.5% (EU) and +60.2% (non-EU) were recorded for imports, too. 39.6% of men's fashion entering Italy comes from the EU, while non-EU countries guarantee the remaining 60.4%.

The first Made in Italy menswear outlet market is Germany (+24.9%), accounting for 11.2% of the total exported, followed by France (+31.1%) and Switzerland (main luxury logistics-commercial hub), up by +15.8% - these two markets absorb around 11% of men's fashion exports each. Flows to the USA – the fourth most important market – rise to 608 million euro and show a very lively variation, gaining +70.9%. China remains in fifth place: menswear sales grew by 17.4%. Still regarding Asia, South Korea achieves +40.3%, while Japan registers a more modest +4.5%.

The United Kingdom, in sixth position, returns to a positive area and records an increase of +17.4%. Spain and the Netherlands follow in the rankings, recording double-digit trend (+29.4% and +39.5%) as well.

Among the top 15 'customers' of Italian men's fashion, the only ones bucking the trend with respect to the average figure are Hong Kong and Russia, which show a decrease of -6.6% and -18.8%, respectively. Finally, three destinations, each accounting for around 2.0% of the sector total, all show growth

l'import, con una spesa in uscita di 5,2 miliardi circa, si avvicinerà al +47,9%.

Nei primi 9 mesi del 2022 il saldo commerciale risulta di poco superiore a 1,3 miliardi di euro, mostrando un incremento di quasi 330 milioni rispetto al dato dei primi nove mesi del 2021.

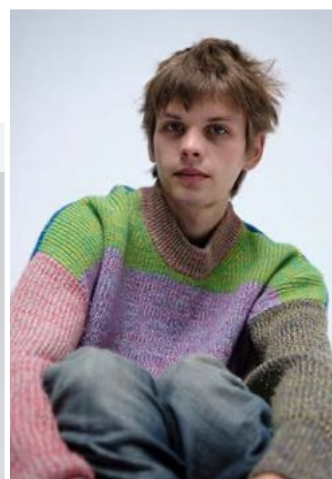
Per quanto riguarda gli sbocchi commerciali sono cresciute sia le aree UE sia quelle extra-UE, rispettivamente del +27,7% e del +25,1%.

Il mercato UE copre il 46,3% dell'export totale di settore, mentre l'extra-UE risulta il maggior "acquirente", assorbendo il 53,7%.

Anche per l'import si è rilevata una variazione positiva del +32,5% per il mercato UE e del +60,2% per l'area extra-UE. Dalla UE proviene il 39,6% della moda maschile in ingresso in Italia, mentre l'extra-UE garantisce il 60,4%.

Il primo mercato di sbocco del menswear made in Italy è risultato la Germania (+24,9%), e ben l'11,2% del totale esportato.

Seguono la Francia (+31,1%) e la Svizzera (principale hub logistico-commerciale del lusso), in aumento del +15,8%: i due mercati assorbono ciascuno circa l'11% dell'export di moda uomo. I flussi verso gli USA, quarto mercato per importanza,



salgono a 608 milioni di euro ed evidenziano una variazione su ritmi molto vivaci, guadagnando il +70,9%. La Cina si mantiene al quinto posto: le vendite di menswear sono cresciute del 17,4%. Restando in Asia, la Corea del Sud archivia un +40,3% e il Giappone un più

International
Technology

February
2023

ITALIAN MEN'S FASHION*: FOREIGN TRADE BY COUNTRY (*)

(January-September 2022)

IMPORT				EXPORT			
Countries of origin	Millions of Euro	Change %	Share %	Countries of destination	Millions of Euro	Change %	Share %
Total	5,205	47.9	100	Total	6,529	26.3	100
of which				of which			
UE 27 post-Brexit	2,060	32.5	39.6	UE 27 post-Brexit	3,021	27.7	46.3
Ex. UE 27 post-Brexit	3,145	60.2	60.4	Ex. UE 27 post-Brexit	3,507	25.1	53.7
Top 15: suppliers				Top 15: customers			
China	890	81.1	17.1	Germany	732	24.9	11.2
Bangladesh	764	77.4	14.7	France	716	31.1	11.0
France	373	16.6	7.2	Swiss**	713	15.8	10.9
Netherlands	294	46.4	5.6	United States	608	70.9	9.3
Spain	291	32.5	5.6	China	412	17.4	6.3
Romania	272	27.1	5.2	United Kingdom	380	17.4	5.8
Germany	233	68.9	4.5	Spain	358	29.4	5.5
Turkey	221	55.2	4.3	South Korea	263	40.3	4.0
Tunisia	211	23.0	4.1	Netherlands	244	39.5	3.7
Belgium	199	44.7	3.8	Japan	212	4.5	3.2
Pakistan	137	72.2	2.6	Hong Kong	169	-6.6	2.6
Cambodia	127	57.8	2.4	Poland	132	34.1	2.0
Vietnam	121	36.4	2.3	Austria	123	31.2	1.9
Albania	104	23.8	2.0	Belgium	122	15.0	1.9
India	95	50.6	1.8	Russia	95	-18.8	1.4

Source: Confindustria Moda on ISTAT data

(*) The aggregate includes junior products

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

in men's fashion exports: Poland (+34.1%), Austria (+31.2%), and Belgium (+15.0%).

In the first nine months of 2022, overall men's fashion sales exceeded by +17.1% (954.5 million euro more in absolute terms) the pre-Covid figures. Among the main outlet markets, the United Kingdom, still below 37.3%, and Japan (-14.0%) did not exceed the levels reached in 2019.

All the other markets have recovered the pre-pandemic values; looking at the first three outlets, in particular, growth of +35.9% for Germany, +37.5% for France, and +23.9% for Switzerland are recorded. Also noteworthy are the performances of South Korea, which shows +82.5% compared to pre-Covid, and the Netherlands with +45.2%. As far as exports are concerned, China proves to be the top supplier, with an incidence on the total purchased of 17.1%; the growth is +81.1% compared to the same period of 2021. Bangladesh, in second position, also shows an important positive variation (+77.4%). In third position is France, up by +16.6%, followed by the Netherlands, a traditional gateway for goods

primo piano mercati

modesto +4,5%. Il Regno Unito, in sesta posizione, torna in territorio positivo e registra un aumento del +17,4%. Seguono in graduatoria Spagna e Paesi Bassi, anche loro con un trend a doppia cifra (+29,4% e +39,5%).

Tra i primi 15 "clienti" della moda maschile italiana, gli unici in controtendenza rispetto al dato medio sono Hong Kong e la Russia, che accusano rispettivamente una flessione del -6,6% e del -18,8%.

Infine, tre destinazioni con un'incidenza ciascuna di circa il 2,0% del totale di settore, evidenziano tutte una crescita delle esportazioni di moda uomo: Polonia

(+34,1%), Austria (+31,2%) e Belgio (+15,0%).

Nei primi nove mesi del 2022 le vendite complessive di moda uomo risultano aver superato del +17,1% (954,5 milioni di euro in più in termini assoluti) il valore pre-Covid. Tra i principali mercati di sbocco non hanno sorpassato i livelli raggiunti nel 2019, il Regno Unito, ancora al di sotto del 37,3%, e il Giappone (-14,0%).

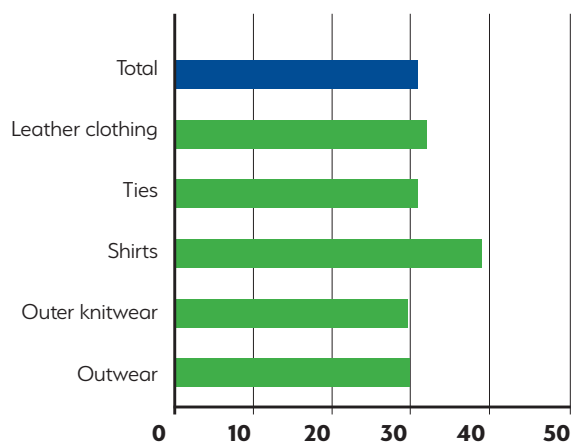
Tutti gli altri mercati hanno recuperato i valori pre-pandemia: in particolare, guardando ai primi tre sbocchi, si rileva per la Germania una crescita del +35,9%, per la Francia del +37,5% e per la

Svizzera del +23,9%. Da segnalare anche le performance della Corea del Sud, che mostra un +82,5% rispetto al pre-Covid, e dei Paesi Bassi con un +45,2%. Per quanto concerne l'export la Cina si conferma il top supplier, con un'incidenza sul totale acquistato del 17,1%: rispetto al medesimo periodo del 2021 la crescita è del +81,1%. Anche il Bangladesh, in seconda posizione, presenta un'importante variazione positiva (+77,4%). In terza posizione la Francia, in crescita del +16,6%; seguono poi i Paesi Bassi, tradizionale ingresso per merci di provenienza asiatica, che registrano una performance del +46,4%.

MEN'S FASHION: CONSUMPTION AND DISTRIBUTION ON THE ITALIAN MARKET* (Fall / Winter Season 2021-2022)

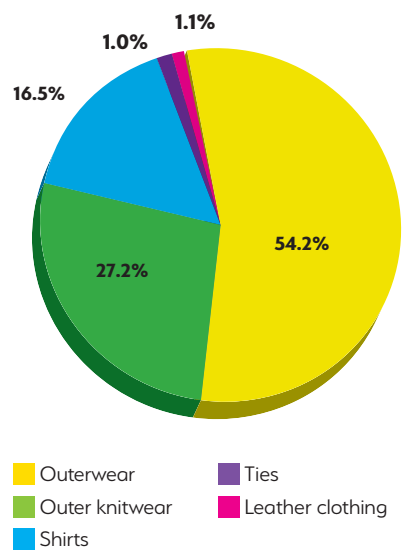
Trend sell-out: analysis by product

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



The sell-out network: analysis by product

(% Share of overall consumption, in value)



Since 1969...

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

Respect for colleagues, for suppliers and for Customers

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

Respect towards Customers to build a long-term partnership

Never stop dreaming, letting dreams come true

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

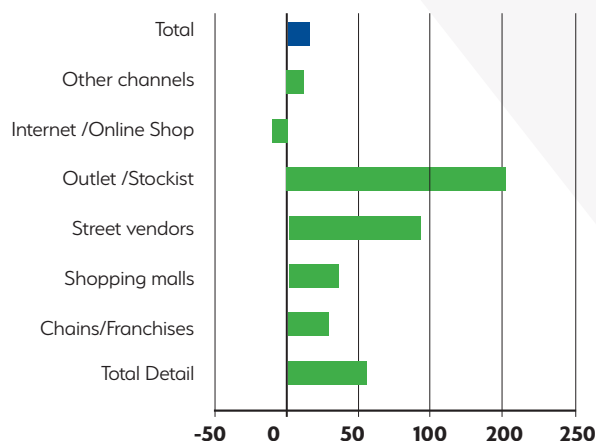
...this will be our belief forever!

Gabriella



Trend sell-out: by distribution channel

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



Source: Confindustria Moda on Sita Ricerca data

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

coming from Asia, which recorded a performance of +46.4%.

All the other main supply markets show positive dynamics ranging from +23.0% for Tunisia (ninth position), and +72.2% of Pakistan (eleventh position).

Compared with pre-Covid 19 levels, imports are 21.0% higher (almost 902 million euro more). The analysis by product line, from January to September 2022, show decisive positive changes for both exports and imports. Among product categories, men's shirts are the best performers for cross-

border sales (+41.2%).

Compared to pre-pandemic levels, only the export of ties has not recovered (-37.9%).

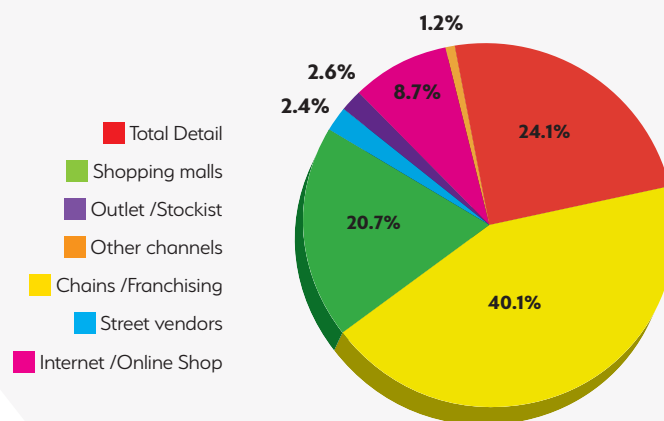
Consumption and distribution in Italy

According to the survey by Sita Ricerca on behalf of SMI, the Textile-Fashion sector featured a lively positive trend, both in value (+21.4%) and in volume (+12.1%) during the autumn/winter 2021/2022 season.

Regarding sales on the domestic market, the large distribution

The distribution network: analysis by channel

(% Share of overall consumption, in value)



chains prove to be the channel with the largest market share (40.1% in value), followed by independent retail (24.1%) and large-scale distribution (20.7%).

The e-commerce channel, after significant growth, recorded a decline of 8.7% in the period under review. Conversely, the other main channels showed significant growth: chains recorded +23.8%; independent retail +59.2%; and large-scale distribution +35.2%. Street vendors and discount dealers both showed increases of more than 80%. ▲

primo piano mercati

Tutti gli altri principali mercati di approvvigionamento evidenziano delle dinamiche positive comprese tra il +23,0% della Tunisia in nona posizione e il +72,2% del Pakistan in undicesima.

A confronto con i livelli pre-Covid 19, le importazioni risultano superiori del 21,0% (quasi 902 milioni di euro in più).

Se si guarda alle performance per linea di prodotto, da gennaio a settembre 2022, si registrano delle decise variazioni positive sia per l'export sia per l'import. Tra le merceologie di prodotto, la camiseria maschile risulta best performer per le vendite oltre confine (+41,2%).

Rispetto ai livelli pre-pandemia, solo l'export di cravatte non ha recuperato (-37,9%).

Consumi e distribuzione in Italia

Secondo quanto rilevato da Sita Ricerca per conto di SMI, il Tessile-Moda nel corso dell'autunno/inverno 2021/2022, è stato caratterizzato da un vivace trend positivo, sia in valore (+21,4%) che in volume (+12,1%).

Per la vendita sul mercato interno le grandi catene di distribuzione si sono confermate il canale con la maggior quota di mercato (40,1% a valore), seguite dal dettaglio indipendente, (24,1%) e dalla GDO (20,7%). Il

canale digitale, dopo una importante crescita, ha registrato nel periodo in esame una flessione dell'8,7%. Di contro, gli altri principali canali hanno mostrato crescite di rilievo: le catene registrano un +23,8%, il dettaglio indipendente un +59,2% e la GDO un +35,2%. Ambulante e outlet/negozio stockista hanno evidenziato entrambi aumenti superiori all'80%.



FULLY RECYCLABLE PRODUCTS



PRODUCTS WITH HIGH CONTENT OF RECYCLED MATERIAL



GRS CERTIFIED PRODUCTS



BIODEGRADABLE PRODUCTS

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



PRODUCTS MADE BY RENEWABLE SOURCES



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

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



Last year's Junior fashion trend in Italy

Exports slow down



► Made in Italy junior fashion fails to take off and, after the recovery of 2021 (+15.5%), slows down precisely in 2022 (-3.8%), when other segments of the Textile-Clothing-Fashion sector exceed the results of 2019. Last year was marked by a

lacklustre export trend, which brings the sector's turnover back to around 2.9 billion euro. On the other hand, imports significantly grew, also due to the positive domestic consumption trend. Indeed, the drop in exports and the increase in purchases on

foreign markets did not support Made in Italy production which, in the final balance, is expected to close with a -11.1%.

Foreign Trade

Junior fashion cross-border sales are estimated to have dropped

primo piano mercati

Trend della moda Junior in Italia durante lo scorso anno

Frena l'export

► La moda Junior made in Italy non riesce a decollare, e, dopo la ripresa del 2021 (+15,5%), frena proprio nel corso del 2022 (-3,8%), quando altri settori del Tessile-Abbigliamento-Moda superano i risultati del 2019. Lo scorso anno è stato segnato da una tendenza poco brillante delle esportazioni, che riporta il fatturato del comparto intorno ai 2,9 miliardi di euro. Per contro abbiamo assistito ad una crescita non indifferente dell'import, dovuta anche al buon andamento dei consumi interni. Il calo delle

esportazioni e l'aumento degli acquisti sui mercati esteri non hanno certo aiutato la produzione made in Italy che, a consuntivo, si pensa chiuderà con un -11,1%.

Lo scambio con l'estero

Le vendite oltre confine della moda junior si stima possano essere calate dell'8,8%: il valore delle esportazioni di comparto, quindi, dovrebbe scendere a 1.190 milioni di euro. Per contro il trend positivo dell'import (+20,0%) è costato circa 2,4 miliardi: la dinamica sfavorevole dell'andamento

commerciale si riflette per conseguenza sul saldo del settore, che si pensa chiuda a -1,2 miliardi di euro.

I consumi interni, secondo le previsioni del Centro Studi di Confindustria Moda, dovrebbero archiviare il 2022 in area positiva, evidenziando una crescita nell'ordine del +4,0%, rispetto al risultato raggiunto nel 2021. Il gap rispetto al 2019 si attesterebbe a -2,4%.

Come sempre, per l'export, è possibile circoscrivere l'analisi al solo abbigliamento per neonati

ITALIAN JUNIOR FASHION INDUSTRY ⁽¹⁾ (2017-2022*)

(Millions of euro)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Turnover	2,861	2,980	3,100	2,643	3,051	2,934
Change %		4.2	4.0	-14.7	15.5	-3.8
Value of production	969	943	930	795	929	826
Change %		-2.8	-1.4	-14.5	16.8	-11.1
Exports	1,102	1,196	1,275	1,100	1,305	1,190
Change %		8.5	6.6	-13.7	18.6	-8.8
Imports	1,787	1,974	2,117	1,780	1,977	2,374
Change %		10.4	7.2	-15.9	11.1	20.0
Trade balance	-685	-777	-842	-679	-672	-1,183
Final consumption	4,236	4,155	4,105	3,361	3,853	4,005
Change %		-1.9	-1.2	-18.1	14.6	4.0
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	38.5	40.1	41.1	41.6	42.8	40.6

by 8.8% - the sector export value, therefore, should drop to 1,190 million euro. On the other hand, the positive trend of imports (+20.0%) costed around 2.4 billion euro; the unfavourable commercial trend is consequently reflected in the balance of the sector, which supposedly will close at -1.2 billion euro.

According to the forecast of Centro Studi di Confindustria Moda, domestic consumption should close 2022 in a positive area, showing growth in the order of +4.0%, compared to the result achieved in 2021. The gap with 2019 would be -2.4%.

As usual, export analysis can be limited to baby clothing only (for which the relevant customs items can be isolated). According to ISTAT, with reference to the first 9 months of 2022, exports of baby fashion, which in the same period of 2021 had recorded a growth of +23.1%, suffered a loss of -8.8%, reaching 121.9 million euro. More in detail, from January to September 2022, Spain - as in the last three years - proves to be the leading outlet for Italian baby fashion, despite recording a decrease of 2.7%. In second

place is Switzerland - a traditional fashion logistics/distribution hub - which reduces purchases by 11.2%. Exports destined for France are not positive as well, declining by 11.9%. The same goes for the UK (-2.6%). The performance of two strategic markets was positive: Germany (+6.6%) and the United States (+13.1%). Moreover, despite the ongoing conflict, sales of baby fashion destined for the Russian market are growing (+7.8%). On the other hand, the United Arab Emirates, after the lively increase

recorded in the 9 months of 2021 (+159.5%), now show a downsizing of -43.3%. South Korea, on the other hand, increases spending (+10.5%) and could exceed 3 million euro.

Still with reference to baby clothing only, imports into Italy, which from January to September 2021 had recorded an increase of +8.2%, in the first nine months of 2022, remain positive with a change of +32.2%. The top countries that export junior fashion to Italy account for 76.1% of total

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

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

(per il quale si possono isolare le voci doganali di pertinenza). Secondo quanto rilevato da ISTAT, con riferimento ai primi 9 mesi 2022, l'export di moda bebè, che nel medesimo periodo del 2021 aveva registrato una crescita del +23,1%, ha accusato una perdita del -8,8%, portandosi a 121,9 milioni di euro. Più in dettaglio, da gennaio a settembre 2022 la Spagna, come negli ultimi tre anni, si conferma il primo sbocco per la moda bebè italiana, pur registrando una flessione del 2,7%. Al secondo posto la Svizzera - tradizionale hub logistico/distributivo del fashion - che riduce gli acquisti dell'11,2%. Non

bene anche l'export destinato alla Francia, interessato da una flessione dell'11,9%. Lo stesso vale per il Regno Unito (-2,6%). Positiva la performance di due mercati strategici: la Germania (+6,6%) e gli Stati Uniti (+13,1%). Crescono inoltre - nonostante il conflitto in atto - le vendite di moda bebè destinate al mercato russo (+7,8%). Di contro gli Emirati Arabi Uniti, dopo il vivace aumento registrato nei 9 mesi del 2021 (+159,5%), presentano ora un ridimensionamento nella misura del -43,3%. La Corea del Sud, invece, aumenta la spesa (+10,5%) e potrebbe superare i 3 milioni di euro.

Sempre con riferimento al solo abbigliamento bebè, le importazioni in Italia, che da gennaio a settembre 2021 avevano rilevato un aumento del +8,2%, nei primi nove mesi del 2022 si mantengono in territorio positivo con una variazione del +32,2%. I primi Paesi che esportano la moda Junior in Italia concorrono al 76,1% del totale delle forniture: la Cina (+28,5%) si conferma al primo posto con un'incidenza del 22,8% sul totale importato, seconda la Spagna che incrementa le vendite del +39,6% e viene così a rappresentare il 18,7% sul totale degli acquisti italiani. L'import dal

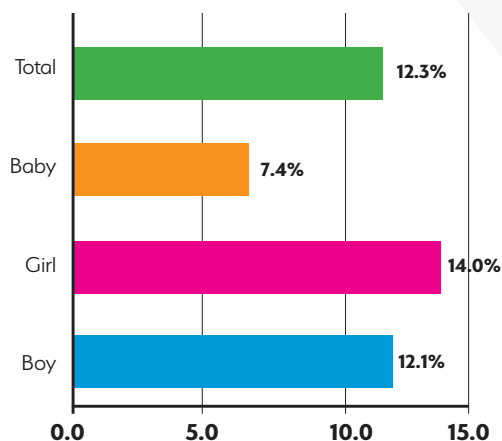
International
Technology

February
2023

JUNIOR FASHION: CONSUMPTION AND DISTRIBUTION ON THE ITALIAN MARKET* (Fall / Winter Season 2021-2022)

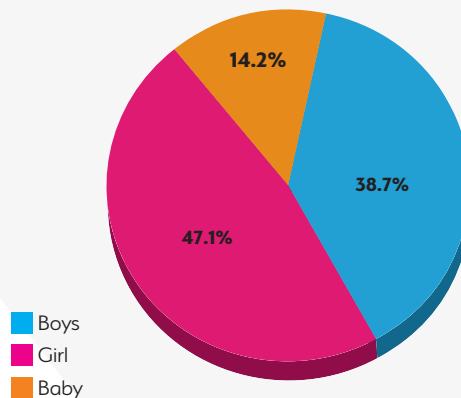
Trend sell-out: analysis by stylistic area

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



The sell-out network: analysis by stylistic area

(% Share of overall consumption, in value)



supplies: China (+28.5%) keeps its first place with an incidence of 22.8% on total imports; Spain is in second place with an increase in sales by +39.6%, then representing 18.7% of total Italian purchases. Imports from Bangladesh grow by 33.3% (15.7% of total purchases.)

The import trend was also positive from India and France, up +39.3% and +7.8%, respectively. In sixth place in the supplier ranking are the Netherlands, which recorded a growth of +87.6% reaching 15 million euro.

Domestic market

From a demographic point of view, as of January 1st, 2022, the Italian junior clothing market consisted of 7,489,795 individuals aged 0 to 14, 51.4% of whom were male. In the period January to September 2022 – according to ISTAT

primo piano mercati

Bangladesh cresce del 33,3% (15,7% sul totale degli acquisti). Positivo il trend dell'import anche da India e Francia, rispettivamente in aumento del +39,3% e del +7,8%. Al sesto posto della graduatoria fornitori troviamo i Paesi Bassi, che mettono a segno una crescita del +87,6% raggiungendo i 15 milioni di euro.

Mercato interno

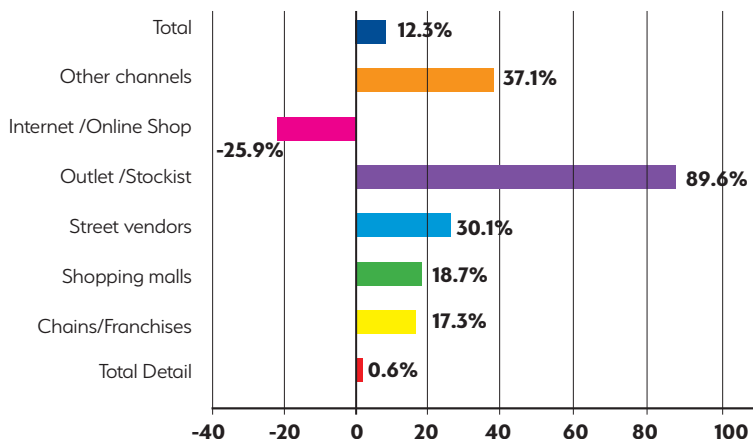
Sotto il profilo demografico, il mercato italiano dell'abbigliamento junior, al 1° gennaio 2022, si componeva di 7.489.795 individui di età compresa tra 0 e 14 anni, il 51,4% dei quali di sesso maschile.

Da gennaio a settembre 2022, sulla base delle (pur provvisorie) rilevazioni ISTAT ad oggi disponibili, le iscrizioni in anagrafe per nascita sono state pari a 288.413, con un decremento di 5.896 nuovi nati rispetto ai dati dei primi nove mesi del 2021 (-2,0%, variazione più contenuta rispetto a quella registrata nel 2021 su 2020, pari al -4,1%): i neonati maschi rappresentano il 51,6% del totale. In base alle rilevazioni effettuate da Sita Ricerca per conto di SMI, nell'A/I 2021-22 il complesso dei prodotti di Tessile-Abbigliamento ha sperimentato un deciso recupero del sell-out (+21,4% in termini

di spesa e +12,1% in volume). In detto contesto, la moda junior ha registrato un risultato pur sempre positivo e a doppia cifra, ma meno vivace rispetto alla media del Tessile-Abbigliamento, archiviando infatti una variazione positiva del +12,3% in valore e del +8,5% in volume. Per la stagione in esame il segmento "bambina" (che copre il 47,1% del sell-out di comparto) ha dimostrato l'andamento migliore, con un aumento del +14,0%, mentre il segmento "bambino" ha cresciuto del 12,1%. Il "neonato", infine, ha registrato una variazione del +7,4%, coprendo il 14,2% del

Trend sell-out: by distribution channel

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

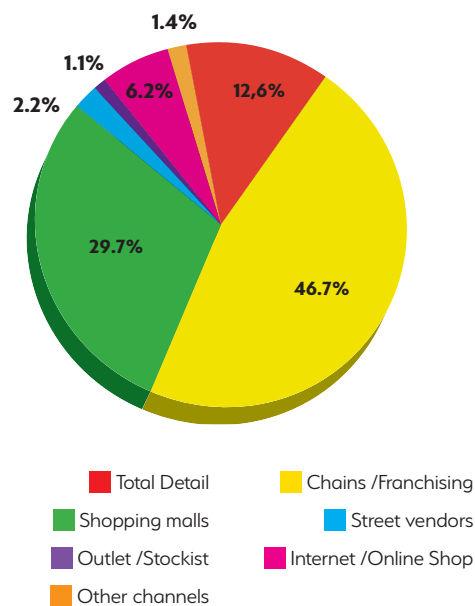


Source: Confindustria Moda on Sita Ricerca data

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

The distribution network: analysis by channel

(% Share of overall consumption, in value)



Moda Ecosostenibile? Si può si deve!

Azienda Certificata GRS



Certified by Control Union
CU1113820

Ogni grande azienda è stata una piccola azienda che ha saputo costruire passo dopo passo il suo successo.

SOLLINI GINO Srl
Via Sant'Isidoro, 53
63813 Monte Urano (FM)
+39 0734 84791
sollini@sollini.com

S.C. ETG SOLLINI S.R.L.
Str. Ruderia nr 25
Timisoara - Jud. TIMIS
Romania
+40 256472212
andrea@sollini.ro



SOLLINI

Certificata GRS



www.sollini.com

SOLLINI ACESSORIOS PARA CALÇADO UNIP. LDA
Rua das Pedras Agudas L.2 Fr B
Revinhade 4650-372 Felgueiras
+351-255-330011
susana@sollini.pt

SOLLINI ALBANIA Sh.p.k
Lagjja 3, Rruga e Re E Portit
Kompleksi I Pallateve
Bathore, Kemez
Albania
eduardo@sollini.al



surveys available to date (albeit provisional), births recorded in the registry office were 288,413, with a decrease of 5,896 new-borns compared to the first nine months of 2021 (-2.0%, a smaller variation than -4.1% recorded in 2021 over 2020); male new-borns are the 51.6% of the total.

According to the surveys done by Sita Ricerca on behalf of SMI, in the Autumn/Winter 2021-22 season, the Textile-Clothing segment products recorded a marked sell-out recovery on the whole (+21.4% in spent and +12.1% in volume). In

this context, junior fashion still recorded a positive, double-digit result, although less lively than the Textile-Clothing segment average, in fact recording a positive variation of +12.3% in value and +8.5% in volume.

For the season in question, the 'little-girl' segment (which covers 47.1% of the sector's sell-out) showed the best trend, with an increase of +14.0%, while the "little-boy" segment grew by 12.1%. Finally, the 'new born' segment recorded a variation of +7.4%, covering 14.2% of the market. As far as distribution is concerned, the Junior segment sees chains' leadership confirmed (+17.3%), with a strong market share of 46.7%.

Large-scale distribution gained +18.7%, still covering 29.7% of the junior market; department stores alone account for 14.8% of the total and show growth of +17.5% in the Autumn/Winter 2021-22 season. Positive results were also achieved by Large Supermarkets (+16.9%) and especially Food (+28.3%). Independent retail covered 12.6% of consumption, recording growth of +0.6%: the 'little-boy' and 'new

born' segments contributed to this format dynamics, both growing by around +2%.

In the Autumn/Winter 2021-22 season, street vendors and discount dealers were a real surprise, with positive variations above the sector average: in detail, street vendors grew by +30.1% and discount dealers by +89.6%. The share of both, however, was limited, with a percentage of 2.3% for the former, and 1.1% for the latter.

The only channel bucking the trend was e-commerce, with a drop in sell-out of 25.9%. Beyond the results of the Autumn/Winter season, the junior fashion sell-out in Italy closed the first ten months of 2022 with an increase of +3.7%; despite the recovery recorded, a gap of -4.2% compared to the corresponding value of 2019 remains. In the period January-October 2022, the 'little-boy' sell-out and the 'little-girl' one grew by +3.8% and +4.4%, respectively, while the 'new born' segment sees an increase of +1.6%. ◀

primo piano mercati

mercato. Per quanto riguarda la distribuzione, lo Junior vede confermata la leadership delle catene (+17,3%), forti di una quota pari al 46,7% del mercato.

La GDO ha guadagnato il +18,7%, coprendo comunque il 29,7% del mercato junior; i soli Grandi Magazzini intermediano il 14,8% del totale ed evidenziano una crescita del +17,5% nell'A/I 2021-22. Positivi sono risultati anche, Grandi Superfici (+16,9%) e soprattutto Food (+28,3%).

Il dettaglio indipendente ha coperto il 12,6% dei consumi, registrando una crescita del +0,6%, il segmento "bambino" e "neonato" hanno

contribuito alla dinamica di tale format, crescendo entrambi di circa del +2%.

Nell'A/I 2021-22 la performance dell'ambulante e degli outlet/ negozio stockista si sono rivelate la vera sorpresa, con delle variazioni positive sopra la media di comparto: nel dettaglio l'ambulante è cresciuto del +30,1% e gli outlet/negozio stockista del +89,6%. Lo share di entrambi è risultato comunque contenuto con una quota del 2,3% per il primo e dell'1,1% per i secondi. Unico canale in controtendenza rispetto al mercato è risultato l'e-commerce, con un calo del sell-out pari al 25,9%.

Al di là dei risultati della stagione A/I, il sell-out di moda junior in Italia ha archiviato i primi dieci mesi del 2022 in aumento del +3,7%; nonostante il recupero registrato, permane un gap del -4,2% rispetto al corrispondente valore del 2019. Da gennaio ad ottobre 2022 il sell-out "bambino" e il sell-out "bambina" crescono rispettivamente del +3,8% e del +4,4%, mentre il "neonato" vede un incremento del +1,6%.



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

INNOVATIVE TECHNICAL SOLUTIONS FOR LEATHER GOODS



TALYN® Worldwide registered trademark
100% RECYCLABLE

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



Italian Leather Goods Estates General

To protect entrepreneurs and focus on training



Franco Gabbrielli



► During the Estates General of Leather Goods (October 2022, Florence), Franco Gabbrielli, President of Assopellettieri, introduced the initiatives put in place by the association, underlining that "Government institutions must do their part, supporting the sector with a structured industrial policy that protects the entrepreneurs."

Andrea Calistri, Vice-President of Assopellettieri, focused on the association's objectives: "We have to face several challenges and among them is the generational transition: we need to give the sector new life through young people, who must be trained and led to rediscover this wonderful craft." During the event, a study

conducted by The European House-Ambrosetti with Assopellettieri was introduced and delved into. Flavio Sciuccati, Senior Partner The European House-Ambrosetti, presented what emerged: "Despite the crisis period, the leather goods sector is in strong expansion worldwide and it is expected

primo piano
attualità

Gli Stati Generali della Pelletteria italiana

Tutelare chi fa impresa e puntare sulla formazione



Andrea Calistri

► Durante gli Stati Generali della Pelletteria (ottobre 2022, Firenze) Franco Gabbrielli, Presidente di Assopellettieri, ha messo l'accento sulle iniziative messe in campo dall'associazione, sottolineando che "Le istituzioni governative devono fare la loro parte, supportando il settore con una politica industriale strutturata che tuteli chi fa impresa". Andrea Calistri, Vicepresidente di Assopellettieri ha puntato i riflettori sugli obiettivi dell'associazione: "Tra le sfide che dobbiamo affrontare vi è quella del passaggio generazionale: è necessario dare nuova linfa al

settore attraverso i giovani che vanno formati e portati a riscoprire questo meraviglioso mestiere". Nel corso dell'evento, un approfondimento speciale è stato dedicato alla presentazione dallo studio condotto da The European House-Ambrosetti insieme ad Assopellettieri. Flavio Sciuccati, Senior Partner The European House - Ambrosetti, ha presentato quanto è emerso: "La pelletteria, in forte espansione a livello mondiale nonostante il periodo di crisi, si prevede continuerà a crescere a un ritmo del 6,5% annuo.

I brand del lusso rappresentano la categoria più importante a livello di vendite. In questo quadro l'Italia è il primo Paese in Europa per numero di addetti, con un saldo commerciale della filiera che è il più alto tra i principali settori manifatturieri. La struttura del settore tradizionalmente molto frammentata -5000 aziende con una dimensione media inferiore ai 10 addetti- è oggi in trasformazione e sta andando verso una lenta crescita dimensionale. Il numero di aziende di capitali e quello degli addetti sono in aumento

to keep growing at a rate of 6.5% a year. Luxury brands are the most important category in terms of sales. In this context, Italy is the first country in Europe by number of employees, with a supply chain trade that is the highest among the major manufacturing sectors. The industry structure, traditionally very fragmented – around 5,000 companies with an average of less than 10 employees – is currently undergoing transformation and tending to slow dimensional growth.

The number of joint-stock companies and that of employees increased by 15%. A change necessary to face the major challenges of compliance and sustainability and at the same time to improve and innovate internal processes. In fact, the size of the company represents the condition for economic sustainability: the leading (medium-sized) companies feature better margins, also driving the micro-sized ones that are part of their network. The main emergency to be faced is to attract the

workforce: in Tuscany alone, 2,550 new jobs are expected, 56% of which are considered challenging, partly due to the lack of candidates, and partly due to inadequate training." Starting from this analysis, the strategies for the future have been identified within six areas of action. Among the proposals, to develop a strong storytelling that emphasises the beauty of the sector and Italy, launching a permanent 'Observatory' to monitor and measure excellence. Furthermore, to increase the "external perception" of sector sustainability by highlighting its key supply chain proximity characteristics, material circularity, but also foster relations between upstream and downstream of the supply chain and formulate a training plan. Transparency, production chain traceability, digital transformation, and technological innovation aimed at supporting internationalization are the themes that animated the first round table, where Sara Giusti (Economist Department of

Studies and Research, Intesa Sanpaolo), Massimiliano Bruni (Affiliate Professor Strategy and Entrepreneurship, SDA Bocconi School of Management), Lorenzo Montagna (Founder, second-star and Italian President, VRARA Association), and Andrea Bartolini (Director Business Sales of the Tuscany Umbria Regional Directorate, Intesa Sanpaolo) debated. From the discussions, it emerged that the presence of integrated industrial areas, such as those represented by the districts, is a winning asset. The second talk was focused on the issues of the leather goods supply chain: a reflection on new business models and their economic sustainability. Marco Palmieri (President & CEO, Piquadro Group), Stefano Giacomelli (CEO, Tivoli Group), Andrea Cottini (COO, Bottega Veneta) and Fulvia Bacchi (CEO, Lineapelle & General Manager, UNIC) paid particular attention to the issues of training and investment in future generations. ◀

del 15%. Un cambiamento necessario per far fronte alle maggiori sfide di compliance e sostenibilità e parallelamente di miglioramento e innovazione dei processi interni. La dimensione aziendale rappresenta infatti la condizione per la sostenibilità economica: le aziende capofila (quelle di medie dimensioni), godono di marginalità migliore, trainando anche le micro aziende che sono parte del loro network. La principale emergenza da affrontare è l'attrazione della forza lavoro: solo in Toscana si prevedono 2.550 nuovi inserimenti, il 56% dei quali è considerato difficile in parte a causa dalla mancanza

di candidati, in parte per la preparazione inadeguata". A partire da questa analisi, le strategie per il futuro sono state individuate in sei aree di azione. Tra le proposte, quella di mettere a punto un forte storytelling che valorizzi il bello del settore e dell'Italia, avviando un Osservatorio permanente per misurare l'eccellenza. Poi, accrescere la "percezione esterna" di sostenibilità del settore mettendo in risalto le sue caratteristiche chiave di prossimità della filiera, circolarità del materiale, ma anche favorire le relazioni tra monte e valle della filiera e formulare un piano di formazione.

Trasparenza, tracciabilità della filiera produttiva, la trasformazione digitale e innovazione tecnologica a supporto dell'internazionalizzazione sono i temi che hanno animato la prima tavola rotonda. Dal dibattito è emerso come sia un asset vincente la presenza di aree industriali integrate come quelle rappresentate dai distretti. Il secondo talk si è concentrato sui temi della supply chain della pelletteria: una riflessione sui nuovi modelli di business, sulla loro sostenibilità economica, sull'importanza della formazione e dell'investimento sulle generazioni future.

**International
Technology**

February
2023

21st International Footwear Technology Congress (UITIC) to be held in Italy

Assomac and Simac Tanning Tech

Unequalled sounding board

► After more than 20 years, the UITIC (International Union of Shoe Industry Technicians) world congress returns to Italy. The choice made by UITIC was accompanied by a collaboration agreement with Assomac (National Association of Italian manufacturers of footwear, leather goods, and tannery technologies), which will be a partner in the organization and coordination of the event (Assago, on the outskirts of Milan, 20 to 22 September, 2023). This appointment is a unique interlude within the sector global panorama, especially due to its partial concomitance with Simac Tanning Tech fair (19-21 September, 2023, Fiera Milano Rho), whose owner is Assomac Servizi. In fact, as advanced technologies about production and sustainability are displayed at Simac Tanning Tech, some of the



Maria Vittoria Brustia

most emblematic figures in the different leather area segments will talk about innovation and set routes necessary to respond in real-time to market needs. "The partnership with UITIC has been a natural achievement which will find its right stage to express the goal that unites us," commented Maria Vittoria Brustia, President of Assomac. Yves Morin, President of

UITIC, commented on the collaboration with Assomac as follows: "With the Assomac association, the 21st International Footwear Congress keeps choosing the best partner for the organization of our congresses. Moreover, we are certain that the concomitance with Simac Tanning Tech. is an unequalled sounding board for this event." ◀



Yves Morin

primo piano
attualità

Si terrà in Italia il 21st International Footwear Technology Congress (UITIC)

Assomac e Simac Tanning Tech, una cassa di risonanza che non ha uguali

► A distanza di oltre 20 anni il congresso mondiale "International Union of Shoe Industry Technicians" torna in Italia. La scelta di UITIC è stata accompagnata dall'accordo di collaborazione con Assomac (Associazione Nazionale dei Costruttori Italiani di Tecnologie per Calzature, Pelletteria e Conceria), che sarà partner nell'organizzazione e nel coordinamento dell'evento (Assago, comune alle porte di Milano, dal 20 al 22 settembre 2023). La parziale concomitanza con la fiera Simac

Tanning Tech. (19-21 settembre 2023, Fiera Milano Rho), della quale Assomac Servizi è titolare, fa di questo appuntamento una parentesi unica nel panorama mondiale del settore. Infatti, mentre al Simac Tanning Tech. andranno in mostra tecnologie evolute in tema di produzione e sostenibilità, alcune figure tra le più rappresentative dei vari comparti dell'area pelle, parleranno di innovazione e percorsi obbligati per rispondere in tempi reali alle esigenze del mercato.

"La partnership con UITIC è stata un approdo naturale che, nell'appuntamento di settembre, troverà il palcoscenico adatto per mostrare l'obiettivo che ci accomuna" ha commentato Maria Vittoria Brustia, Presidente Assomac. Yves Morin, Presidente di UITIC, ha detto: "Con Assomac proseguo la scelta del partner migliore per l'organizzazione dei nostri congressi. Inoltre, la concomitanza con Simac Tanning Tech. rappresenta una cassa di risonanza unica per questo evento."

wintech

WESERIES
EVA injection
machine



WE203B and WE203B-MAX
two versions for every kind of article

for
BOOTS
SANDALS
SOLES



find out more on **wintechitalia.it**

Pitti Uomo (10-13 January 2023, Fortezza da Basso, Florence): an extraordinary edition filed

More than 18,000 visitors recorded



► Pitti Immagine Uomo hosted almost 800 men's fashion collections, introducing an increasingly advanced exhibition layout, including new sections such as PITTIPETS and the SIGN.

Simultaneously with the event held as usual at Fortezza da Basso, many other events took place in the city of Florence: from the Martine Rose fashion show at the Loggia del Porcellino to that of Jan-Jan Van Essche at the Complesso di Santa Maria Novella, along with other presentations and events on schedule, which have gathered a widespread success among the press and visitors.

The final turnout was around 13,500 buyers, representing 6,500 sales

and distribution companies (boutiques, retail, multi-brand, department and specialty stores, chains, and specialized e-commerce platforms), with an increase of 210% compared to January 2022; the Italian buyers were over 9,000 (+190%), while the ones from abroad were around 4,500 (+260%). The total attendance exceeded 18,000 presences. The top 10 foreign markets attending this edition were: Germany (more than 530 buyers), Holland, Spain, Great Britain, Turkey, Switzerland, France, United States, Japan, and Belgium.

Overall satisfaction was prompted by the coming back of the best Asian buyers. Over 190 buyers from Japan (they were 6 in January 2022); almost 140 from South Korea (compared to 5 in January, 2022), as well as buyers from mainland China, China-Hong Kong, Taiwan, Singapore, and Thailand – countries that were almost absent from the last winter edition.

primo piano
fiere

Pitti Uomo (10-13 gennaio 2023, Fortezza da Basso-Firenze): si archivia un'edizione straordinaria

Superate le 18000 presenze di visitatori

► Pitti Immagine Uomo ha ospitato quasi 800 collezioni di moda maschile, presentando un layout espositivo sempre più evoluto e con nuove sezioni quali PITTIPETS e The SIGN.

In contemporanea alla manifestazione tenutasi come di consueto alla Fortezza da Basso, si sono svolte nella città di Firenze tantissimi altri eventi: dalla sfilata di Martine Rose alla Loggia del Porcellino a quella di Jan-Jan Van Essche al Complesso di Santa Maria Novella, assieme a tutte

le altre presentazioni ed eventi in calendario, che hanno raccolto grandi consensi sia da parte della stampa e sia dei visitatori.

I dati di affluenza finale hanno fatto registrare circa 13.500 compratori, in rappresentanza di 6.500 aziende di vendita e distribuzione (boutique, dettaglio, multimarca, department e specialty stores, catene, piattaforme specializzate di e-commerce), con un aumento del 210% rispetto al gennaio 2022: gli italiani sono stati oltre 9.000 (+190%), gli esteri circa 4.500 (+260%). Il dato

complessivo dei visitatori a superare le 18.000 presenze.

I primi 10 mercati esteri più presenti a questa edizione sono stati: Germania (oltre 530 compratori), Olanda, Spagna, Gran Bretagna, Turchia, Svizzera, Francia, Stati Uniti, Giappone, Belgio.

Soddisfazione generale ha suscitato il ritorno dei migliori compratori asiatici. Dal Giappone sono arrivati oltre 190 buyer (erano stati 6 nel gennaio 2022), dalla Corea del Sud sono stati quasi 140 (rispetto ai 5 del gennaio 2022), così come

Another interesting figure was the presence of as many as 227 buyers from the Nordic-Scandinavian countries (Sweden, Norway, Denmark, and Finland): they were 60 in total last winter.

Also noteworthy are the exploits of Israel, Mexico, Canada, Ireland, the great recovery figures from Eastern Europe countries and the Middle East, and the Azerbaijan-Uzbekistan-Kazakhstan bloc (from these countries, buyers were just 4 last year, while this edition counted as many as 43 of them). ◀



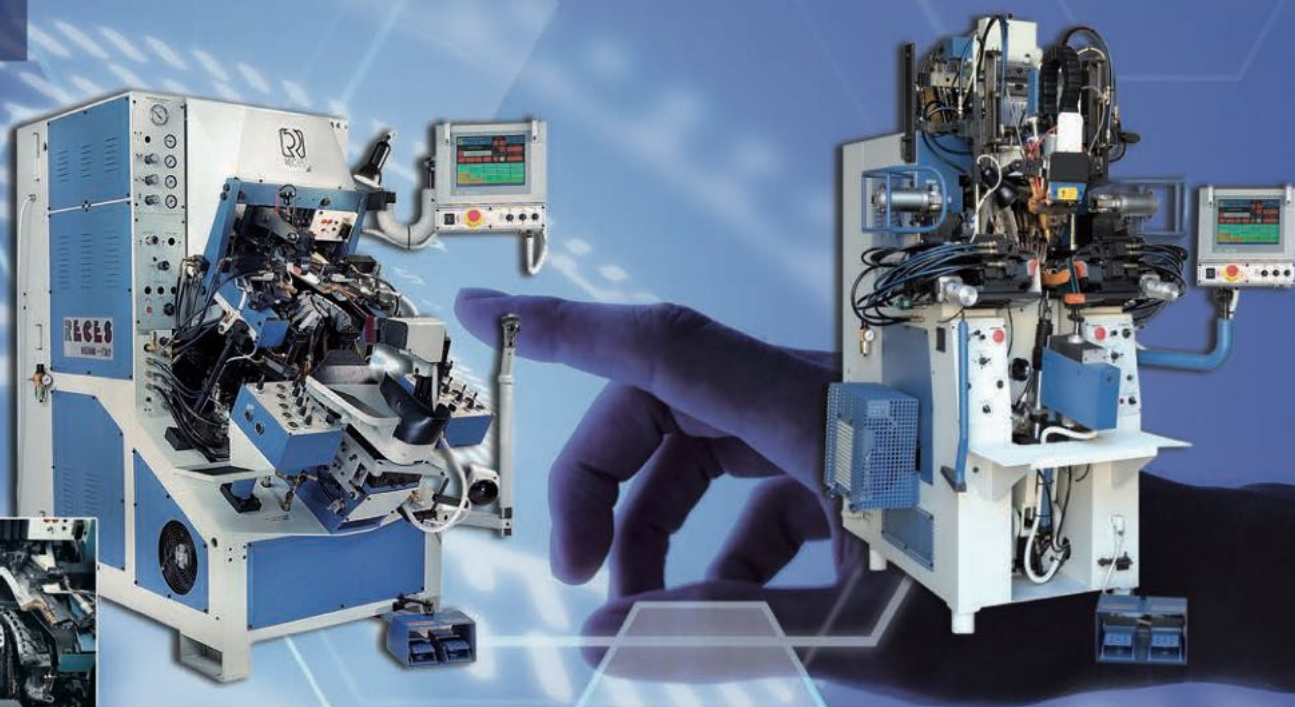
sono tornati i buyer dalla Cina continentale, Cina-Hong Kong, Taiwan, Singapore e Thailandia, paesi che all'ultima edizione invernale erano stati quasi assenti. Altro dato interessante è il risultato delle presenze dei compratori dai paesi nordici-scandinavi (Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia), che ha raggiunto quota 227: erano

stati 60 in totale l'inverno scorso. Da segnalare anche gli exploit di Israele, Messico, Canada, Irlanda, i numeri in grande ripresa dai paesi dell'Europa Orientale e dal Medio Oriente, e dal blocco Azerbaijan - Uzbekistan - Kazakistan (erano 4 i compratori di questi paesi l'anno scorso, sono stati 43 a questa edizione).



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

More than 3,000 visitors at the Pitti Bimbo exhibition – tripled the attendance compared to last January

The number of foreign visitors is growing



► The 96th edition of Pitti Immagine Bimbo (18th to 20th of January, 2023, Fortezza da Basso, Florence) ended with general exhibitors and visitors' satisfaction.

"The data on buyers, as well as the number of exhibitors which rose to 230 – a significant increase in both compared to last January – tells us that the show has got its international

leadership back – says Raffaello Napoleone, CEO of Pitti Immagine. Satisfaction, however, goes far beyond the mere figures. The exhibiting companies' work, in fact, made it possible to showcase samples that were the result of care and innovation capabilities – starting from the use of increasingly eco-friendly and high-performance materials,

to the features of elegance and style, capable of satisfying the most particular needs.

Our usual selection of companies, as well as the expansion of the showcased items (ranging from school and sports, toys and bedroom furniture, design objects and publishing items), contributed to the event success. This is a turning point that will feature Pitti Bimbo in the future, as well."

At the end of the three-day show, around 2,100 buyers were registered – more than 1,500 Italian buyers and almost 600 coming from almost 70 different countries.

Overall, visitors exceeded 3,000 in total, with a mix of mortar and digital stores, specialized boutiques, chains, departments and concept stores.

In the foreign visitors' top list there are Turkey, Great Britain, Spain, Russia, Germany, France, Greece, Saudi Arabia, South Korea, and Serbia.

Analysing by world regions,

primo piano
fiere

Pitti Bimbo registra oltre 3000 visitatori: tre volte le presenze dello scorso gennaio

Cresce la presenza degli stranieri in visita

► La 96esima edizione di Pitti Immagine Bimbo (dal 18 al 20 gennaio 2023, Firenze, Fortezza da Basso) si è conclusa con la soddisfazione generale di espositori e visitatori.

"I dati sui compratori, così come il numero degli espositori, saliti a 230, entrambi in deciso aumento rispetto allo scorso gennaio, ci dicono che il salone ha ripreso la sua leadership internazionale -afferma Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. La soddisfazione, però, va ben oltre i soli numeri.

Il lavoro delle aziende espositrici, infatti, ha permesso di mettere in mostra campionari che sono stati il frutto di un lavoro accurato e una costante capacità d'innovazione: a partire dai materiali impiegati, sempre più green e performanti, sino ad arrivare all'aspetto stilistico, capace di soddisfare le più particolari esigenze.

Al risultato della manifestazione ha concorso la nostra consueta selezione delle aziende, ma anche l'ampliamento delle merceologie esposte che hanno spaziato dal

mondo della scuola allo sport, dai giocattoli agli arredi per le camerette, dall'oggettistica di design all'editoria. Una svolta che caratterizzerà Pitti Bimbo anche nel futuro".

Al termine dei tre giorni di salone sono stati registrati circa 2.100 compratori - oltre 1.500 compratori italiani e quasi 600 esteri, provenienti da quasi 70 paesi. Complessivamente, i visitatori in totale hanno superato le 3.000 presenze, con un mix di negozi fisici e online, boutique specializzate, catene, department e concept store.

the wide participation of the Middle East and Mediterranean Africa, Eastern Europe, Eurasian Heartland, the return of Japan, and big American buyers' confirmation should also be noted.

Great attention was paid to the special events and all the presentations that took place at Fortezza da Basso, including the great Monnalisa fashion show.

All of the city of Florence was involved in this edition, too, especially with the 'La città dei bambini gentili' (The city of kind children), a workshops, events and meetings program promoted by Pitti Bimbo. ◀



Ai primi posti per presenze straniere ci sono Turchia, Gran Bretagna, Spagna, Russia, Germania, Francia, Grecia, Arabia Saudita, Corea del Sud e Serbia. Ragionando per grandi aree va segnalata anche l'ampia partecipazione del Medio Oriente e dell'Africa mediterranea, dell'Europa dell'Est, dell'Heartland euroasiatico, il ritorno del Giappone e la conferma dei grandi buyer americani.

Grande attenzione hanno registrato gli eventi speciali e tutte le presentazioni che si sono svolte alla Fortezza da Basso, tra le quali anche il grande fashion show di Monnalisa.

Anche in questa edizione gli organizzatori hanno coinvolto tutta Firenze, in particolare lo ha fatto "La città dei bambini gentili", il programma di laboratori, eventi e incontri promossi da Pitti Bimbo.

GL13SC 300/500 DRILLING MACHINE

GL13SC 300/500 Foratrice



GL14-P PLATING MACHINE

GL14-P Placcatrice



NEW!

TECHNICAL DATA

Trolley with automatic entry and return.
Worktop measures 400 x 500.
Power of pressure 100 Tons.
Opening between the floors 80 mm.
Electronic protection barriers.

DATI TECNICI

Carrello con ingresso e ritorno automatico.
Misure piano di lavoro 400x500.
Potenza di pressione 100 Tonnellate.
Apertura tra i piani 80 mm.
Barriere di protezione elettroniche.

The leather working machines

SKIVING MACHINES



Scarnitrici

SKIVING MACHINES



Scarnitrici

TRIMMING MACHINES



Rifilatrici



OFFICINA MECCANICA

GILARDI

100% MADE IN ITALY

www.meccanicagilardi.it - gilardi@meccanicagilardi.it - Tel. +39 0381 42.939

APLF 2023 gets back in Dubai

Still significant the Italian exhibitors' attendance



APLF Dubai 2022

From left:
The organizational staff of APLF, the management of ICE Dubai, the President of Assomac, some members of the CLE and the Director of Assomac.

► The APLF organizers have once again chosen the Dubai location (March 13-15) for the 2023 edition of the event, as an alternative to the traditional location in Hong Kong. This has been a forced choice, given the state of alert that hovered in China until September 2022 and – despite the ‘free all’ slogan – the unclear state of the pandemic today as

well, for which no reliable data is provided.

A huge fair like APLF requires months of planning and the organizers could not afford the risk to put the event off once again. Moreover, the exhibitors need the certainty that the event will take place in order to expose themselves economically: as already mentioned, there are no clear

signs that indicate a stability of the zero-covid policy adopted by the Chinese government. The decision to get back to Dubai, however, was made after collecting the feedback of the previous edition's exhibitors and visitors. In both cases, the feedback indicated that the location chosen in 2022 is always a viable alternative. This is confirmed by the adhesions on several fronts: Assomac (National Association of Italian Manufacturers of footwear, leather goods, and tannery technologies), thanks to the commitment of ICE, will be present at the fair with a large Italian collective made up of mechanical and chemical industries. China will be present too, participating in the event with about 30 companies gathered in a single area of the country. Among the exhibitors, also some Italian tanners will be present at APLF Dubai individually, as well as many Turkish and Indian tanners and others from other countries. ◀

primo piano
fiere

La APLF 2023 torna a Dubai

Tra gli espositori resta importante la presenza italiana

► Per l'appuntamento del 2023 gli organizzatori della APLF, in alternativa alla tradizionale sede in Hong Kong, preferiscono ancora la location di Dubai (13-15 marzo). Una scelta obbligata, visto lo stato di allerta che aleggiava in Cina fino a settembre 2022 e che ancora oggi, nonostante il ‘liberi tutti’, presenta uno stato della pandemia per il quale non esistono dati affidabili. Una grande fiera come APLF richiede mesi di pianificazione e gli organizzatori non potevano rischiare di dover rinviare ancora una volta l'evento. Gli stessi espositori, inoltre,

per impegnarsi economicamente, hanno bisogno della certezza che la manifestazione avrà luogo: come già detto, all'orizzonte non ci sono segnali che indicano una stabilità della politica zero-covid imboccata dal Governo cinese. La decisione di tornare tutti a Dubai, comunque, è stata presa sentendo sia gli espositori sia i visitatori della precedente edizione. In entrambi i casi, il riscontro ha indicato che la location scelta nel 2022 è sempre un'alternativa valida. Lo confermano le adesioni avute su più fronti: Assomac (Associazione

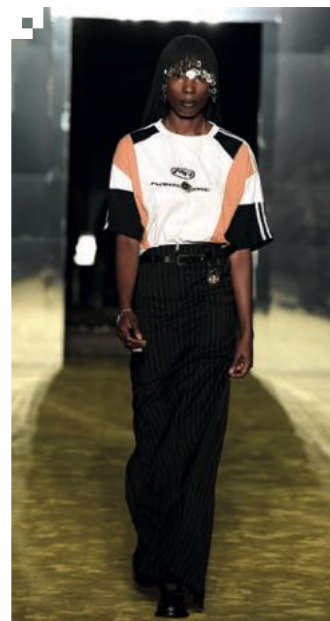
Nazionale dei Costruttori Italiani di Tecnologie per Calzature, Pelletteria e Conceria), grazie all'impegno di ICE, sarà presente alla fiera con una numerosa collettiva italiana composta da industrie meccaniche e chimiche. Non mancherà neppure la Cina, che parteciperà alla manifestazione con circa 30 aziende riunite in un'unica area Paese. Tra gli espositori figurano anche alcuni conciatori italiani, che saranno presenti alla APLF Dubai individualmente: come molti conciatori turchi, indiani e di altre nazionalità.

ECO BALANCED

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



PITTI
IMMAGINE
UOMO
NOWO
103
IWV
BIL



pitti

10-13
JANUARY
2023

31



FAIR



FAIR



FAIR



people

February
2023

PITTI
IMMAGINE
UOMO
LOWO
IMMAGINE
PITTI

103



pitti

10-13
JANUARY
2023



February
2023



PITTI
IMMAGINE
BIMBO
BIWBO
IWWBOINE
BI



the fair



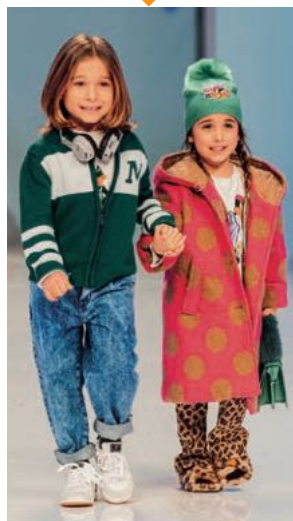
18-20
JANUARY
2023

35

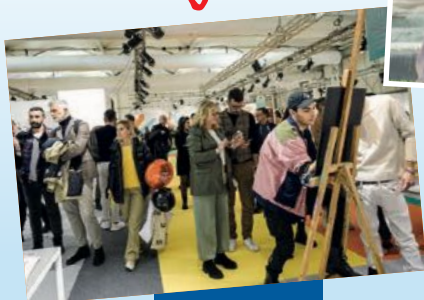


February
2023

PITTI
IMMAGINE
BIMBO 96
BIWBO
IWWY
bll



the fair



18-20
JANUARY
2023

37



February
2023



► PRANEM

At Lineapelle, among its new proposals, the Tuscan company introduced Step 3200, an antistatic fabric designed for work footwear. In this sector, Pranem boasts a long experience and produces for it a wide range of items that helped to strengthen its presence in this market.

Step 3200 is a 3D, also called spaced, fabric featuring antistatic capabilities. Applied as lining in the heel area, it enables to "wrap" the foot and convey the electrostatic charge to assembly/sewing insole, i.e., in direct contact with the sole. An antistatic insole cover (cleaning insole) or one with a conductive

thread stitching is generally required. Moreover, Step 3200 allows to use insulating insoles that are cheaper, more versatile, and without the annoying stitching. These insoles, though, are removable, and, whether it is true that upon selling, the insole/midsole/sole assembly complies with current safety regulations, it may occur that the insole cover is replaced by the user. If this insole has not the same (antistatic) characteristics, the shoe becomes insulating and the user is no longer protected. Even in these cases, Step 3200 is an additional "safety" system, as it is an integral and non-removable part. All the typical features of 3D fabrics remain unchanged, i.e. breathability, lightness, and comfort.



primo piano materiali

Rassegna materiali 2023

I più recenti

► PRANEM

Tra le nuove proposte presentate dall'azienda toscana in occasione di Lineapelle figura Step 3200, un tessuto antistatico studiato per la calzatura da lavoro. Settore nel quale Pranem vanta una lunga esperienza e per il quale produce un'ampia gamma di articoli che gli hanno permesso di consolidare la sua presenza in questo mercato. Step 3200 è un tessuto 3D, in altri termini definito anche spaziatto, con capacità antistatica. Applicato come fodera nella zona del tallone, permette di "fasciare"

un'elevata area del piede e trasferire la carica elettrostatica al soletto di montaggio/cucitura. Ovvero a diretto contatto con la suola. Solitamente è necessario avere un copri-sottopiede (soletto di pulizia) antistatico o con applicata una cucitura con filato conduttivo. Step 3200, inoltre, consente di poter utilizzare soletti isolanti, quindi più economici, versatili e senza la fastidiosa cucitura. Questi soletti, però, sono estraibili, e, se è vero che all'atto della vendita della calzatura, il sistema soletto-intersuola - suola, risponde alle

normative vigenti in termini di sicurezza, è possibile che nell'utilizzo il copri sottopiede venga sostituito dall'utilizzatore. Se non viene ripristinato un soletto con le stesse caratteristiche (antistatico), la scarpa diventa isolante e quindi non protegge più la persona. Step 3200, anche in questi casi, rappresenta un'ulteriore sistema di "sicurezza", in quanto parte integrante e non estraibile. Rimangono invariate tutte le tipiche caratteristiche dei tessuti 3D, ossia traspirazione, leggerezza e comfort.

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

► SELASTI

Careful interpreter of market needs and one of the world leaders in the production of E.V.A. and foam rubber sole sheets, Selasti keeps going on with its commitment towards environmental sustainability. And it does so by leveraging its strengths: experience, investments, and research. The results achieved thanks to these assets are the sole line ELITE, and the family of compounds G SIDE®, obtained with a high percentage of recycled E.V.A. (55-63% of fresh polymer mass). All these are eco-sustainable items, which are flanked by the Tuscany-based company's latest proposals: the NATURAL SIDE project and the new lines, BIO BASED® and BLOOM®. The objective of the NATURAL SIDE project is to create a container in which to convey all the eco-friendly materials produced by Selasti: soles, sheets, midsoles, and items made with recycled material or from renewable sources. BIO BASED®, the second new product introduced, represents another champion of sustainability; in fact, it comes

from raw materials obtained from sugar cane – a renewable source whose use helps to minimize the production of VOCs. Featuring a range between 62% and 85%, the biogenic content of BIO BASED® is very high. The third line, BLOOM®, takes advantage of the excessive proliferation of aquatic algae, which can be used for making

sustainable material from renewable sources. In addition, the combination of G SIDE® (55-63% recycled E.V.A.) with the new materials, enables to produce eco-friendly items featuring unaltered comfort and performance.



BIO BASED®



► SELASTI

Attenta interprete delle esigenze del mercato, l'industria toscana, uno dei leader mondiali nella produzione di lastre per soles, in E.V.A. e gomma espansa, prosegue il suo impegno verso la sostenibilità ambientale. Lo fa facendo leva su quelli che sono i suoi punti di forza: esperienza, investimenti e ricerca. I risultati raggiunti grazie a questi atout sono la linea di soles ELITE e la famiglia di compound G SIDE®, ottenuta impiegando un'elevata percentuale di E.V.A. riciclata (55-63% sulla massa del polimero vergine). Tutti articoli ecosostenibili ai quali si affiancano

le ultime proposte dell'azienda toscana: il progetto NATURAL SIDE e le nuove linee BIO BASED® e BLOOM®. Obiettivo del progetto NATURAL SIDE è quello di creare un contenitore nel quale veicolare tutti i materiali Eco Friendly prodotti da Selasti: soles, lastre, intersuole e gli articoli realizzati con materiale riciclato o proveniente da fonti rinnovabili. BIO BASED®, la seconda delle novità presentate, rappresenta un altro campione della sostenibilità, infatti nasce da materie prime ottenute dalla canna da zucchero: una fonte rinnovabile il cui impiego contribuisce ad abbattere la

produzione di COV. Il contenuto biogenico di BIO BASED®, con un range tra il 62% e l'85%, è molto elevato.

La terza linea, BLOOM®, sfrutta invece l'eccessiva proliferazione delle alghe acquatiche, le quali possono essere impiegate per realizzare un materiale sostenibile proveniente da fonte rinnovabile. La combinazione di G SIDE® (55-63% E.V.A. riciclata) con i nuovi materiali, inoltre, permette di ottenere articoli ecocompatibili che mantengono inalterati comfort e prestazioni.

International
Technology

February
2023



► CT POINT

CT Point 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

► CT POINT

La CT Point prosegue nel percorso della sostenibilità e della digitalizzazione. 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 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 (Perfluorocarburi) 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.

PRODOTTI ALFA

RECYCLED BONDED LEATHER

furnishings
bookbinding
packaging
leather goods
insole/sandals
labels



100%
NATURAL
RECYCLED
MADE IN ITALY



► 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

► 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.

Tra le sue ultime proposte figurano nuove linee di prodotti nei quali prevale l'aspetto green, grazie all'impiego di fibre riciclate e di collanti eco-compatibili. Tra gli

articoli sostenibili figura anche una microfibra molto morbida, piacevole al tatto e facilmente lavorabile. La Luigi Carnevali, però, prosegue con costanza nella 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 conformità alle normative vigenti.

► DAVOS

LINEA DRY, featuring an EXTRA GRIPP finish, is the new DAVOS proposal for Spring Summer 2024. This is a new coating that provides the sheets a very soft and pleasant feel. The material is heat sensitive (hot-printable.) One of the main features of this item is the gripp, which is much higher compared to the traditional products. DRY is offered in three colour shades, reflecting the current fashion trends:

LOTUS, a pink-like nubuck shade; LIGHT, a very pale beige-like shade; and SAND, a shade tending to red brick-like colour. These items are offered on an ECOTHUNIT basis, i.e., Thunit with a recycling percentage of 50%; this is a material that was certified in 2021, and complies with market demands, both from the most famous brands and producers in the lower price range. Moreover, the specific

sustainability issues see the Veneto-based company committed to the elimination of harmful substances in the production cycle – one of the many reasons that ensure Davos' products compliance with international safety and eco-compatibility regulations.



► DAVOS

La LINEA DRY, con la finitura EXTRA GRIPP, è la proposta di DAVOS per la Primavera Estate 2024. Si tratta di una nuova verniciatura che assicura alla lastra una mano molto morbida e piacevole al tatto. Il materiale resta termosensibile (timbrabile a caldo). Una delle caratteristiche principali di questo articolo è la gripp, molto più elevata rispetto ai prodotti tradizionali.

DRY viene proposta in tre tonalità, tutte in linea con le tendenze moda: LOTUS, un nabukkato dal colore simile al rosa, LIGHT, un colore che richiama

il Beige molto chiaro, e SAND, con una colorazione tendente al mattone.

Questi articoli sono proposti su base ECOTHUNIT, ovvero il Thunit con un'apercentuale di riciclo del 50%: un materiale che è stato certificato nel 2021 ed è conforme alle richieste del mercato, sia quello delle firme più blasonate sia dei produttori di fascia di prezzo differente. Le tematiche proprie della sostenibilità, inoltre, vedono l'azienda veneta impegnata a tutto campo nell'eliminazione di sostanze nocive nel ciclo produttivo. Uno dei tanti aspetti che assicurano agli articoli Davos la conformità alle

normative internazionali in fatto di sicurezza e di ecocompatibilità.

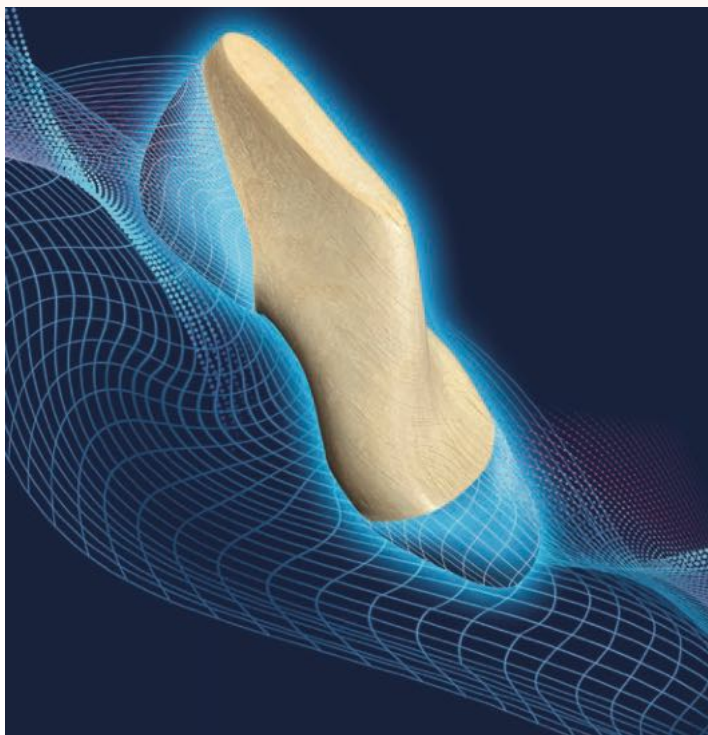
► TECNOGI

L'azienda ha affiancato ormai da diversi anni alla conosciuta linea di materiali per la produzione di puntali e contrafforti, la famiglia dei tessuti GUPER per il rinforzo di calzature e stivali.

L'evoluzione di questi articoli è andata di pari passo con i numerosi investimenti sostenuti dall'azienda per muoversi in piena autonomia, sia nella formulazione dei collanti da applicare al tessuto, sia nelle tecnologie necessarie per realizzare i differenti processi di lavorazione:

International
Technology

February
2023



► TECNOGI

The company – an Italian brand that certainly needs no introduction – has put together, for several years now, the well-known line of materials for the production of toe-puffs and counters with the GUPER family of fabrics for reinforcing footwear and boots. The evolution of

these items kept pace with the numerous investments made by the company to move freely, both in the formulation of the adhesives to be applied to the fabric, and in the technologies necessary to carry out the different manufacturing processes – extrusion, coating and the most recent DOTS system, which allows point distribution

of the adhesive. The DOTS technology, recently introduced in the company, also gives its name to the new articles that enrich the GUPER line with the same criterion used for the different reinforcement fabrics that take their name from the glue used for their production, such as: TAG, TAG Special and TMS. These types of adhesives have high technical characteristics and ensure the finished product a soft hand and a high hold of the lamination on a wide range of leathers (even the greasiest), and different kind of synthetic materials. Among the new generation reinforcements there is the double body jersey, a support that ensures high mechanical strength and perfect crimping. Innovation also within the BIOREL line – biodegradable and compostable material. The latest offering in this product family is BIOREL 72G/61, which is made with a pure cotton cloth, free of any impurities, including additives used for processing and the very wax used in spinning.



primo piano materiali

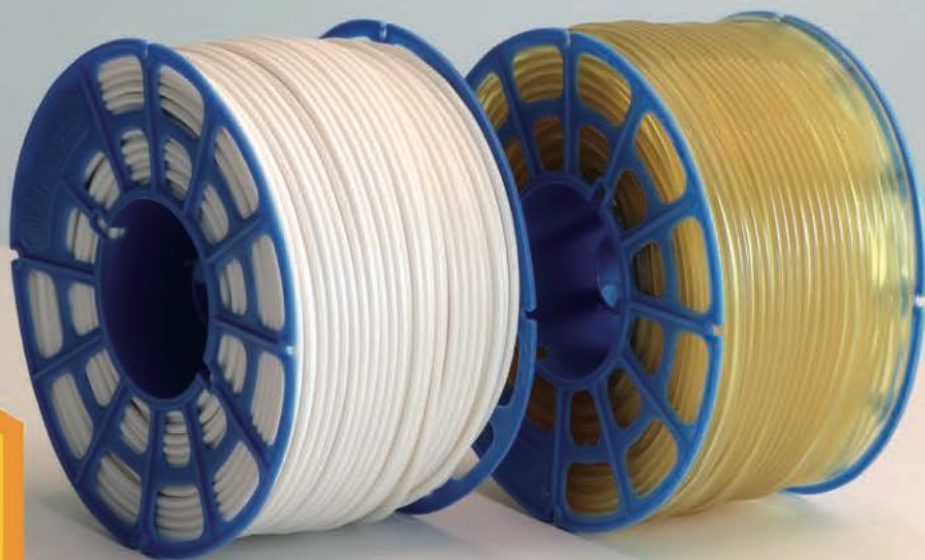
estrusione, spalmatura e il più recente sistema DOTS che permette la distribuzione a punti del collante. La tecnologia DOTS, introdotta da poco in azienda, dà anche il nome ai nuovi articoli che arricchiscono la linea GUPER con lo stesso criterio impiegato per i diversi tessuti di rinforzo che prendono il nome dal collante utilizzato per la loro produzione, quali: TAG, TAG Special e TMS. Questi tipi di collanti hanno elevate caratteristiche tecniche e assicurano al prodotto finito una mano morbida e una elevata tenuta dell'accoppiatura. Tra i rinforzi di nuova generazione

figura il jersey a doppio corpo, un supporto che assicura una elevata resistenza meccanica e una cambratura perfetta. Novità anche nella linea BIOREL, materiale biodegradabile e compostabile. L'ultima proposta in questa famiglia di prodotti è BIOREL 72G/61, che viene realizzato con una tela di cotone puro, privo di qualsiasi impurità, inclusi gli additivi utilizzati per la lavorazione e la stessa cera impiegata nella filatura.

► ABITALIA

L'attenzione all'ambiente e la costante ricerca dei più elevati

standard qualitativi dei prodotti sono da sempre i principi cardine di Abitalia, azienda specializzata nella produzione di nastri, tessuti e pre-fustellati di rinforzo per il settore dell'area pelle, della grafica e di tutti quei comparti dove vengono impiegati questi tipi di articoli. 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



SIPOL spa
SOCIETÀ ITALIANA POLIMERI

Specialists in **Copolymers**

TECHNIPOL®
TECHNIPOL® PA
Footwear hot melt adhesives

SIPOL S.p.A.
Via Leonardo Da Vinci, 5
27036 Mortara (PV) Italy
Tel. +39 0384 295237
Fax +39 0384 295084
www.sipol.com
sipol@sipol.com



► ABITALIA

The key principles of Abitalia - a company specializing in the production of tapes, fabrics and reinforcement pre-cut items for the leather, graphics, and all the other sectors in which those kinds of products are used - have always been the care of the environment and the consistent search for the highest quality standards of its products. 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 teaseled 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

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.

► PRODOTTI ALFA

Il Rigenerato di Cuoio è entrato definitivamente nella top ten dei materiali più impiegati nei settori dell'area pelle e non solo. Non poteva essere altrimenti, vista la crescente sensibilità del mercato per l'ambiente e il suo stato di salute. Oggi la sostenibilità ambientale coinvolge tutti, dal consumatore al produttore: in particolare, sono le aziende più rappresentative che per prime si sentono chiamate a dare il loro contributo sul tema.

Presente sul mercato internazionale, grazie al suo impegno nella ricerca della qualità e al perfezionamento

► PRODOTTI ALFA

Bonded leather has entered for good on the “top ten” list of the most used materials in the leather sector, and not only.

It could not be otherwise, given the increasing attention of the market to the environment and its health. Today, environmental sustainability involves everyone, from the consumer to the producer; and among the first being called to contribute to this issue are the most relevant companies.

Founded in 1958, Prodotti Alfa has become a point of reference for the various sectors in which this material is naturally used; leather goods, footwear, bookbinding, furniture, and packaging.

Thanks to its commitment to quality research and refinement techniques, the company operates on the international market and is also a privileged partner of many fashion brands.

Recently, Prodotti Alfa has introduced a new line of bonded leather branded Corium® – a material with unique technical characteristics, and the items produced with it have higher performances compared to the traditional bonded leather.



Ductile and very elastic, Corium® ensures a high mechanical strength (tearing and strain), a soft hand to the touch and an easiness of working typical of classic leather; as the latter, in fact, it can be subjected to different finishes (cutting, seaming, edge coloring, surface retouching), and printing. The company's novelties also include new finishes and technical features concerning both the traditional line and the branded one – anti-stain treatment, velvety coat, high resistance to rubbing, full and saturated colors.

A step forward in belts and bookbinding sectors

In these sectors, the bonded leather is no longer used just as



lining or reinforcement, but also for the production of external parts. This was possible thanks to a line of items with thicknesses from 0.3 to 3 mm and an unlimited color choice.



di tecniche raffinate, infatti, la Prodotti Alfa è l'interlocutore privilegiato di molte firme della moda e delle principali industrie dei più svariati settori: pelletteria, calzatura, legatoria, arredamento e confezione.

Un ruolo conquistato grazie anche alla nuova linea di rigenerato di cuoio Corium®: un materiale dalle caratteristiche tecniche uniche, che permette di realizzare articoli con performance più elevate rispetto al rigenerato di cuoio tradizionale. Duttile e molto elastico, Corium® garantisce un'elevata resistenza meccanica (strappo e tensione),

una mano morbida al tatto e la semplicità di lavorazioni 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.

► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI

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

International
Technology

February
2023



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI

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 make 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.



primo piano materiali

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 compositi 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.



FUS 1011

Tessuto per soletti iniettati Fussbett

Conduttivo 12% UR



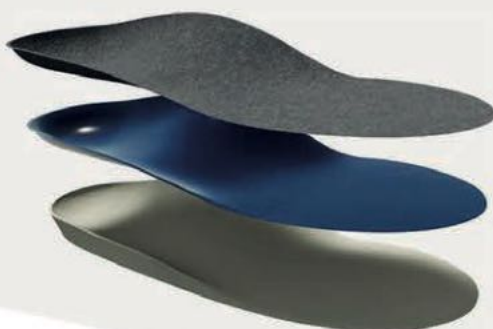
Conductive 12% RH



Barriera iniezione Poliuretano



Polyurethane injection barrier



FABRIC
FUS REVOLUTION

CONDUCTIVE
FILM
FUS REVOLUTION

POLYURETHANE
INJECTED

FUS 1011



Fabric for ESD fussbett
injected insoles

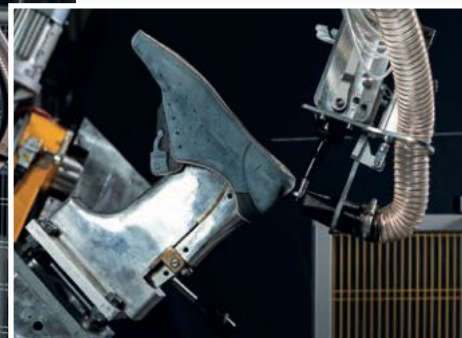


Fus Revolution
Via Bologna, 48
51039 Quarrata (PT),
Italia
+39 0573 1935429
info@fusrevolution.it

PráneM

The latest

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



► MAIN GROUP TECHNOLOGIES

In the perspective of an increasingly sustainable and eco-friendly production, Main Group introduces at Simac 2022 a new technology that enables all types of recovered materials to be efficiently reintroduced in the production cycle.

With a new peripheral system, which adds to Main Group machines, it is possible to recover all the production waste that could not be reintroduced into the process until now, and had

to be thrown away; a waste of material affecting both the environment and the bottom line - given the increase in costs and the increasing raw material shortage. The new Main Group's technology has made it possible to recover and reuse materials such as Eva, rubber or polyurethane, adding a strategic asset to the market dedicated to footwear machinery. The research and development of tools for the automation of production, which can improve the process efficiency and the finished

good quality, also continues. Recently, in fact, Main Group has developed a new carding island with automatic tool change system, which allows to automatically select up to 6 different tools based on the upper to be processed. Also new is the silicone island, which allows a significant improvement in the distribution of the release agent; this can be combined with an electrostatic gun, delivering 15% to 20% savings in materials and fewer emissions in the working environment, for greater operators' health protection.



primo piano tecnologia

Rassegna tecnologica 2023

Le più recenti

► MAIN GROUP TECHNOLOGIES

Nell'ottica di una produzione sempre più sostenibile e attenta all'ambiente, Main Group si è presentato a Simac 2022 con una nuova tecnologia che permette di reintrodurre nel ciclo produttivo tutti i tipi di materiali recuperati in modo completamente efficiente.

Con un nuovo sistema periferico, che va ad aggiungersi alle macchine Main Group, è possibile recuperare tutti gli scarti di produzione che fino ad oggi non potevano essere reintrodotti nel processo e dovevano essere gettati via, uno spreco di materiale che impatta sia dal punto

di vista ambientale che da quello economico -dato l'aumento dei costi e la sempre maggiore scarsità di materie prime.

La nuova tecnologia Main Group ha reso possibile il recupero e il riutilizzo di materiali come Eva, gomma o poliuretano, aggiungendo un asset strategico all'interno del mercato dedicato ai macchinari per le calzature.

Continua inoltre il lavoro di ricerca e sviluppo di tools per l'automazione della produzione, in grado di migliorare l'efficienza del processo e la qualità dei prodotti finiti.

Recentemente, infatti, Main Group

ha messo a punto una nuova isola di cardatura con sistema di cambio tools automatico, che permette di selezionare in modo automatizzato, a seconda della tomaia da lavorare, fino a 6 diversi tools. Nuova è anche l'isola di siliconatura che permette un notevole miglioramento nella distribuzione del distaccante: può essere abbinato a una pistola elettrostatica, che garantisce dal 15 al 20% di risparmio dei materiali e meno emissioni nell'ambiente lavorativo, a maggior tutela della salute degli operatori.

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



► ELITRON

The new line of cutting machines by Elitron was launched at the international technology fair Simac Tanning Tech 2022. Customers and operators were particularly attracted by the Spark F multi-cut system and the Visio offline nesting bench.

A multipurpose cutting system
Spark is available in two formats – 800 x 1600mm fixed top, and 1900 x 1600mm conveyor top, suitable for accurate prototype and production work cutting. The multi-function 5-tool cutting head and the intelligent video projection system – for immediate prototyping – make this compact system a very flexible machine, therefore suitable for different production needs.



Elitron's software

The Visio offline nesting bench was also among the latest showcased proposals. Powered by the company's proprietary Opera Software, the automatic nesting process enables to optimize production times and hide yield, minimizing the scraps. A number of Vision technical features make this possible – the hide surface will be converted into a high-precision digital file, while the LED light illuminates the entire hide in order to ease the quality area recognition. The Elitron Digital

Infrared (EDI) pen, supplied with the system, enables also the operator to categorize holes or flaws without marking the hide at all.

A continuous monitoring of the screen is no longer necessary, as digital marks on the material are clearly visible and intelligently coloured, and the markings will be directly encoded on the hide, for the sake of ergonomics and time-saving.



► ELITRON

La nuova linea di macchine da taglio firmate Elitron ha avuto come trampolino di lancio la fiera internazionale della tecnologia Simac Tanning Tech. 2022. A polarizzare l'attenzione dei clienti e degli operatori sono stati il sistema multi-taglio Spark F e il tavolo Vision per il nesting offline.

Un sistema di taglio polivalente
Spark è disponibile in due formati, a piano fisso con dimensioni 800x1600 mm, o a piano a conveyor dimensioni 1900x1600 mm ideale per il taglio di precisione di prototipi e lavori di produzione. La testa di taglio a 5 utensili

multi-funzione e il sistema di video proiezione intelligente -per l'immediata prototipazione- contribuiscono a fare di questo sistema compatto una macchina molto flessibile, quindi, indicata per diverse esigenze produttive.

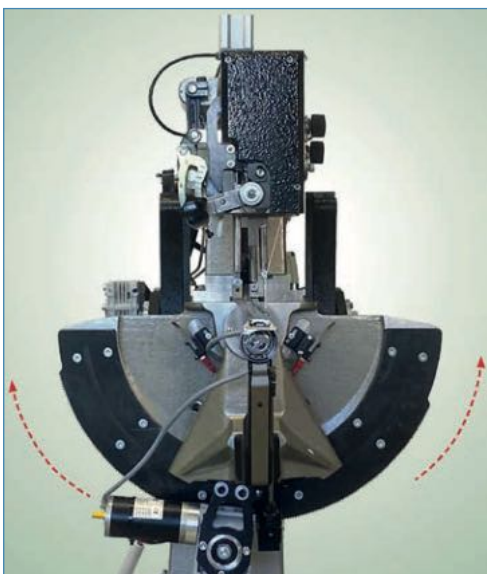
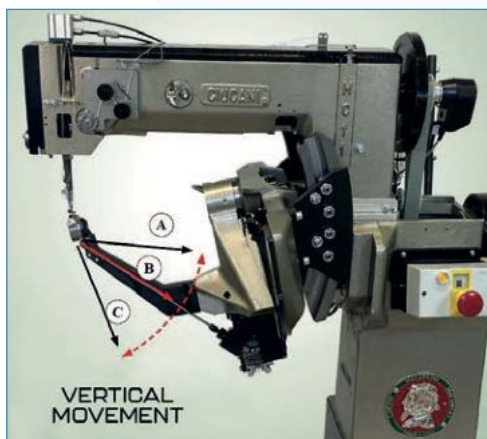
Il software di Elitron

Tra le ultime proposte presentate figura anche il tavolo di acquisizione Visio – per il processo di piazzamento automatico offline. Grazie all'impiego del Software Opera, di cui l'azienda è proprietaria, il nesting automatico permette di ottimizzare i tempi di produzione e la resa delle pelli, riducendo al minimo il materiale

di scarto. Questo è possibile per una serie di aspetti tecnici che caratterizzano Visio: la superficie della pelle viene convertita in un file digitale ad alta precisione, mentre la luce LED illumina tutta la pelle per facilitare il riconoscimento delle aree di qualità. La penna Elitron Digital Infrared (EDI), in dotazione all'impianto, inoltre, consente all'operatore di classificare fori o difetti senza segnare affatto la pelle. Non è più necessario controllare continuamente lo schermo – i segni digitali sono chiaramente visibili sul materiale e colorati in modo intelligente – e le signature vengono codificate direttamente sulla pelle. Si risparmia tempo ed è ergonomico.

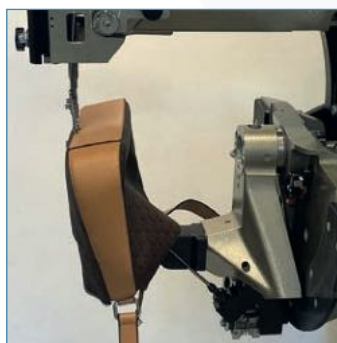
International
Technology

February
2023



► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

The Marche-based company – specializing in the production of sewing machines for soles, uppers, bags, and various fashion accessories – has recently launched the MCF model on the market. This is a straight needle sewing machine that can be used both in the footwear and leather goods segments. The main feature that distinguishes the MCF from other machines on the market is the presence of a moving arm that can oscillate in two different directions, allowing to locate the product to be processed in many different ways. The advantage is to avoid using multiple machines, as it would be necessary in a work cycle with traditional machines.



Furthermore, the MCF allows to perform both the conventional box sole and toe-cap stitching; with no need of machine setup, it is also possible to sew different kinds of bags. This feature makes the MCF an ideal solution for many types of companies, from the big industrial ones to small businesses. The MCF is suitable for making various processes, even the most complicated, with a very high-quality standard. Like many of the next-generation technologies, MCF is a step forward in sustainability, as well; in fact, a lower number of machines may help cutting consumption and reducing the environmental impact.



primo piano tecnologia

► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

Specializzata nella produzione di macchine per cucire suole, tomaie, borse e accessori moda diversi, l'azienda marchigiana ha da poco lanciato sul mercato la MCF. Si tratta di una macchina per cucire ad ago dritto, che può essere impiegata sia nel comparto della calzatura sia in quello della pelletteria. La caratteristica che distingue il modello MCF da altri presenti sul mercato è quella di avere un braccio oscillante che si può muovere in due differenti direzioni: aspetto che permette di posizionare nei più differenti modi il prodotto da lavorare. Questo senza impiegare più macchine, come

invece sarebbe necessario in un ciclo di lavoro con macchine tradizionali. Con la MCF, inoltre, è possibile realizzare sia le convenzionali cuciture della suola a cassetta sia le lavorazioni sul cappellotto: senza dover adattare la macchina è anche possibile cucire diversi modelli di borsa. Questa caratteristica fa della MCF una macchina adatta ai diversi tipi di aziende, da quelle ad impronta industriale a quelle di dimensioni artigianali. La MCF si presta alle diverse lavorazioni, anche le più complicate, permettendo, inoltre, di ottenere uno standard della qualità molto elevato. Come molte delle tecnologie di ultima generazione, anche la MCF

rappresenta un passo in avanti nella sostenibilità. Infatti, meno macchine può significare abbattere i consumi e ridurre l'impatto ambientale.

► COMEC

Tra le diverse proposte dell'azienda veneta, che è specializzata nella produzione di macchine per l'applicazione di puntali, contrafforti e sottopiedi di montaggio, figurano due modelli costruiti appositamente per la lavorazione di articoli in materiale termoplastico: A/3E e la A/15S. Il primo è impiegato per la garbatura dei contrafforti. La componente elettronica di questa



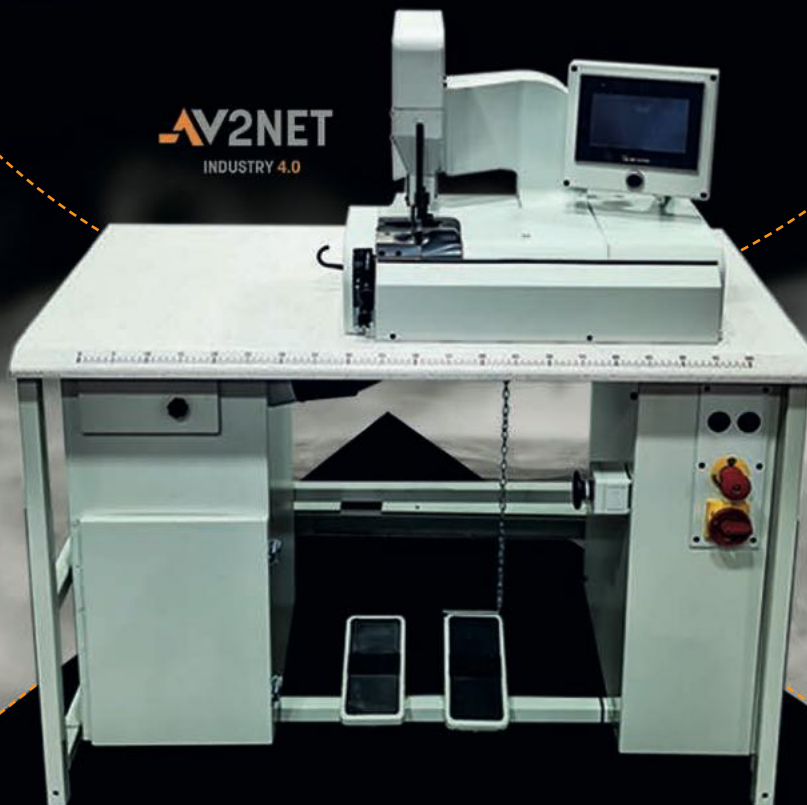
WE CREATE YOUR FAV LEATHER MACHINES

TERMO
SYSTEM

THE NEW WAY TO WORK
THERMOPLASTIC MATERIALS

REGISTERED PATENT

AV2NET
INDUSTRY 4.0



FAV
ALBERTI

Fratelli Alberti S.R.L.

siteinfo@fratellialberti.com - fratellialberti.com



► COMEC

Specialising in the production of machines for the application of toe puffs, counters, and insoles, the Veneto-based company introduces two models specifically built for the processing of thermoplastic material items – A/3E and A/15S. The first machine is used for the counter moulding. Its electronic part, which enables a fully automated control and handling of the operating phase, is central to the working cycle. A touchscreen panel allows the operator to quickly input the

working settings and apply the needed adjustments in an easy and safe way. Furthermore, the A/3E machine electronics enables to store the input data and record each working mode. Brushless motors ensure the utmost precision during the whole operating cycle, including the counter locating inside the mould. The material heating is provided by infrared lamps, whose temperature is continuously monitored by a PID system. The mould cooling is ensured by a powerful refrigeration unit. Finally,

noiseless running and low-energy consumption are among the A/3E machine features.

The second machine, the A/15S model, is an automatic thermoplastic counter skiving machine. The A/15E version of the same machine, while maintaining the same features, is suitable for processing leatherboard items. Thanks to a design involving a wide use of electronics, the A/15E is an automatic, stand-alone machine; the continuous vertical loader ensures a non-stop cycle which involves skiving, knurling, stamping

primo piano tecnologia

macchina è centrale per il ciclo del lavoro, in quanto permette un controllo e una gestione della fase operativa completamente automatica. L'operatore può impostare i parametri di lavoro ed effettuare le varie regolazioni attraverso il pannello touch screen. Quindi in modo facile, veloce e sicuro. Grazie alla parte elettronica, inoltre, la A/3E permette la memorizzazione dei dati inseriti e l'archiviazione di ogni modalità di lavoro.

La presenza dei motori brushless assicura la massima precisione durante tutte le fasi del ciclo operativo, incluso il posizionamento del contrafforte all'interno dello stampo.

Il riscaldamento del materiale avviene attraverso lampade infrarossi e la temperatura è controllata costantemente con sistema PID. Il raffreddamento dello stampo è assicurato da un gruppo frigo molto potente. Tra le caratteristiche della A/3E vanno segnalate la silenziosità e il basso consumo energetico.

Il modello, A/15S, invece, è una macchina automatica per scarnire il contrafforte in termoplastico: nella versione A/15E, pur mantenendo le stesse caratteristiche, la macchina viene predisposta per la lavorazione di articoli realizzati in salpa. Grazie al progetto che prevede un ampio impiego dell'elettronica, anche

la A/15S è in grado di lavorare in modo autonomo: il caricatore verticale ad alimentazione continua assicura la continuità del ciclo, che prevede scarnitura, zigrinatura, timbratura e conteggio dei pezzi. Dopo queste operazioni i contrafforti vengono depositati su un nastro di raccolta. La scarnitura avviene mediante matrici preparate in precedenza, le quali si applicano alla macchina tramite dispositivo a espansione. Tra le caratteristiche principali che distinguono questo modello, figurano: la silenziosità, la sicurezza, il risparmio energetico, la rapidità della messa in fase, la facilità nel rintracciare il rullo matrice, la rapidità nella

and piece counting. Once these operations are done, the counters are laid down on a collection belt. The skiving is performed with previously prepared matrices, which are applied to the machine by means of an expansion device. The main features that distinguish this model are: noiselessness, safety, energy saving, fast phasing operation, easy-to-find the matrix roller, quick machine set-up, all of them resulting in material saving, and a high production throughput. Moreover, an easy programming using the touch-screen panel simplifies the operator's work, while keeping them safe from any risks. The data entered for the different production batches is stored with

A/15E - A/15S



the possibility of recalling it at any time. The machine complies with all the EU standards.


TEGO

LEATHER GOODS MACHINERY FROM BAGS TO WALLET



TEIGO 640 DX



TEIGO BIC3



TEIGO R20



TEIGO BIC4


info@tego.it
tegosrl.com

► FRATELLI ALBERTI

Fratelli Alberti keeps being a benchmark among the manufacturers operating in the leather industry. Firstly, this is certainly due to the quality of the built technologies, among which the most advanced models of leather skiving and splitting machines - in the various working scenarios - and the line of laminating ones, stand out. The bell blades - for the production of which a new Numerical Control Center will soon come into operation - add



to these machines; the objective is to increase production while keeping the quality standard, which is already among the best on the market. Secondly, the tradition that has represented Italian excellence for over 75 years is the other reason that makes the company a protagonist on the international market, for all the leather-using sectors. "We offer our customers our expertise to help them obtain seamless skiving, splitting, and couplings, proposing ourselves not as simple machine builders but - thanks to a constant collaboration relationship - as partners," claim the young representatives of the company. Among these is Giacomo Capra, who added "Our work passion enabled us to be known all over the world and still drives us to keep on going with the same enthusiasm, ensuring the utmost care towards our employees, the environment, and energy efficiency. Every day, we aim to improve our products, image,



relationships with customers, and our market share, as well."

The next-generation proposals

At Simac Tanning Tech 2022, Fratelli Alberti - continuing its innovation process - has introduced a new line of laminating machines, which are the 4.0 versions of the famous COMBI ones.

Technical and structural updates also concern the FAV line of splitters, which has been extended with the 4.0 generation models. Furthermore, a new workbench installed on the next-generation skiving machines made its debut at Simac - the scrap accumulation issue has been solved for good, thanks to the particular engine efficiency, which enhances the suction capacity of the machine. Also, the workbench features a security guard which guarantees a better operator's protection against the moving mechanical parts.



primo piano tecnologia

messa a punto della macchina, con conseguente risparmio di materiale, e l'elevata capacità produttiva. Inoltre, la facilità di programmazione attraverso il pannello touch screen semplifica il lavoro dell'operatore e lo mette al riparo da qualsiasi rischio. I dati inseriti per i diversi lotti da produrre, vengono immagazzinati con la possibilità di richiamarli in ogni momento. La macchina è conforme alle diverse normative imposte dalla CE.

► FRATELLI ALBERTI

La Fratelli Alberti resta un punto di riferimento tra i produttori che lavorano nell'industria della pelle.

Uno dei primi motivi è sicuramente la qualità delle tecnologie prodotte, tra le quali spiccano i più evoluti modelli di scarnitrici, spaccapelli, nelle diverse luci di lavoro, e la linea di accoppiatrici. A queste macchine si aggiungono le lame a campana, per la produzione delle quali entrerà in funzione, a breve, un nuovo Centro a Controllo Numerico: obiettivo l'aumento della produzione e il mantenimento dello standard della qualità, che è già tra i più elevati presenti sul mercato. Un secondo motivo che la rende protagonista sul mercato internazionale, per i diversi settori che utilizzano la pelle, è la tradizione che rappresenta

l'eccellenza italiana da oltre 75 anni.

"Ai clienti offriamo le nostre competenze per aiutarli a ottenere scarniture, spaccature e accoppiature perfette, proponendoci, grazie al costante rapporto di collaborazione, non come semplici costruttori di macchine ma come partner" dicono i giovani rappresentanti dell'azienda ai quali è stato ceduto il Testimone". Tra questi figura Giacomo Capra, che ha aggiunto "Il gusto del lavoro ci ha portato ad essere conosciuti in tutto il mondo e ci spinge a proseguire con la stessa passione di sempre, assicurando la massima attenzione ai nostri collaboratori, all'ambiente ed all'efficienza

Sustainable and 100% Recycled Sewing Threads




GT POINT
100% FILATI MADE IN ITALY



www.ctpoint.it info@ctpoint.it

► 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.



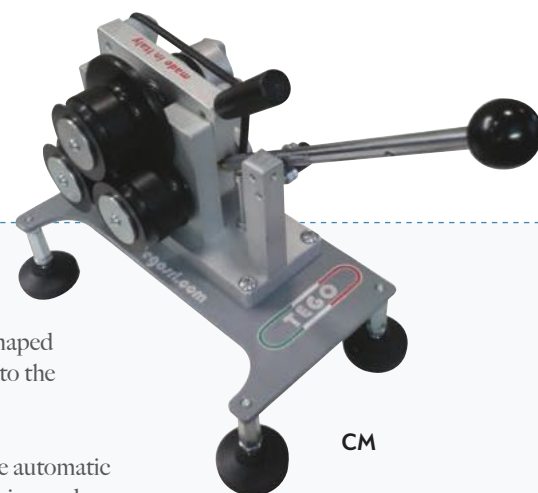
The **CM** and **CM-A** models have been designed for crushing and shaping the already glued handle cover. The manual-operated **CM** machine delivers a simple and smooth

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,



CM

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



CM-A

primo piano tecnologia

energetica. Ogni giorno puntiamo a migliorare i prodotti, l'immagine, il rapporto con i clienti e anche la nostra quota di mercato".

Le proposte di ultima generazione

Proseguendo nel processo di innovazione, Fratelli Alberti ha presentato al Simac Tanning Tech 2022 una nuova linea di macchine per l'accoppiatura: si tratta delle versioni 4.0 delle famose COMBI. L'aggiornamento tecnico e strutturale riguarda anche la linea delle spaccapelli FAV, che è stata ampliata con i modelli della generazione 4.0. Al Simac, inoltre, ha debuttato

anche il nuovo tavolo di lavoro montato sulle scarnitrici di ultima generazione: grazie alla particolare efficienza del motore viene potenziata la capacità di aspirazione e quindi si risolve definitivamente il problema dell'accumulo degli scarti. La presenza sul tavolo di un carter di protezione dalle parti meccaniche in movimento, garantisce anche una maggiore sicurezza all'operatore.

► 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*



TEIGO BIC3

bobbin case lifter, to optimize the work even with very heavy yarns.

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.



TEIGO BIC4



TEIGO R20

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.



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 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".

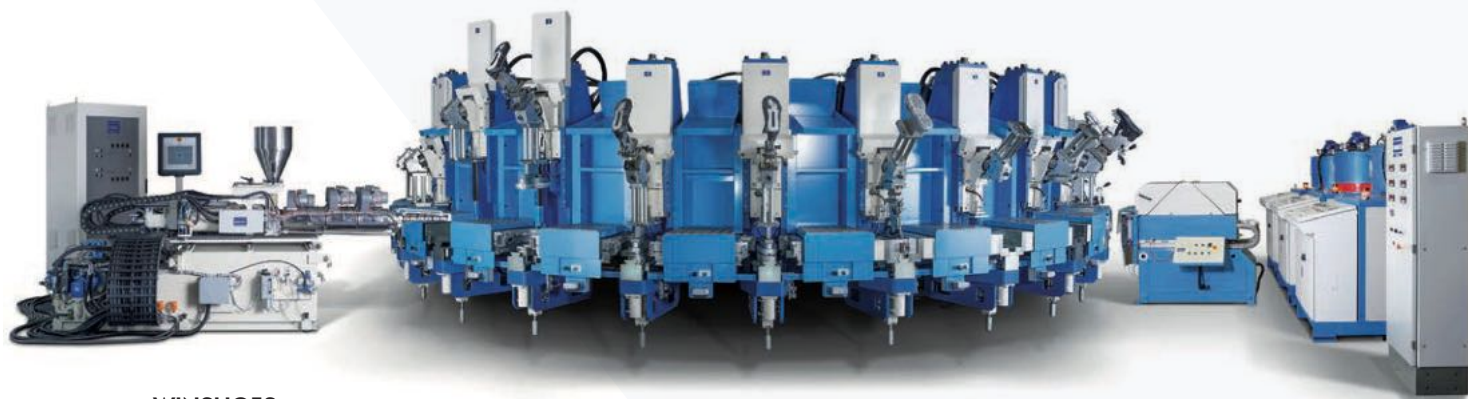
Il modello BIC3, che può eseguire cuciture con punti (range di distanza da 0 a 9 mm) estremamente vicino al bordo, utilizza un duplice trasporto ed un crochet con salva ago e scartaccestello, per ottimizzare il lavoro anche se si impiegano filati molto pesanti.

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.

International
Technology

February
2023



WINSHOES

► WINTECH

Among the many technologies proposed by the Venetian company, a first floor should be dedicated to the "Winshoes" line, direct polyurethane injection systems which features innovative technical solutions. A patented mould-holder that – thanks to an original closing system and electronically-controlled casting unit – enables to create very thin TPU soles. Also, the innovative ring support, while automatically compensating the mould differences, enables the optimal closing over the upper. In particular, the "open space" opening system facilitates and simplifies all the operations on the rotary machine. Moreover, this patented system makes it

easier to perform the silicon application operations and all the interventions in the mould area (insert application, in addition to mould changing, cleaning and adjustment) to the benefit of the finished product quality and production times. Among the strengths of the Winshoes system is the electronics; carefully realised and more decisive to the operation of the machine, it ensures excellent operational flexibility. Critical for the simplification of work and production flexibility is the custom software developed by Wintech. The Winshoes system is designed to improve coordination with all the rotary machine peripherals units – from injectors to automated movements. The interchangeability of the work

units ensures continuity and simplifies the system management, while reducing downtime. Among the most current proposals of the company there are also the WLX and BORADUE models. The WLX line has been designed for the production of boots in thermoplastic materials: these are machines that combine high productivity with lower energy consumption, a result made possible thanks to the new electrical / hydraulic systems adopted. In fact, the use of variable speed servomotors controlled by inverters, combined with other solutions, allow reducing the energy consumption by 60%. The BORADUE machine is a 3-station rotary machine designed for the production of two-color

primo piano tecnologia

TEIGO R20

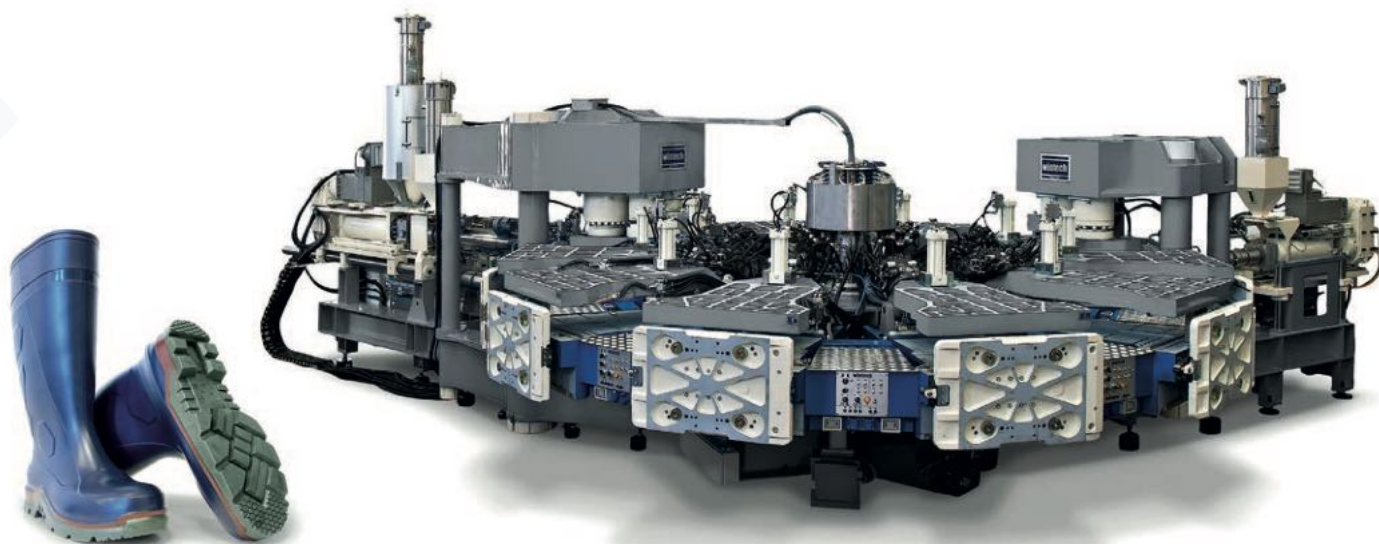
Macchina a colonna (altezza mm 400 o 500) con crochet ad asse orizzontale, 1 ago, triplice trasporto, braccio "sganciabile" predisposto per scorrere verso l'esterno ed agevolare l'inserimento delle borse con fondello. La macchina può essere corredata con placche e griffe di varie misure, che danno la 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.

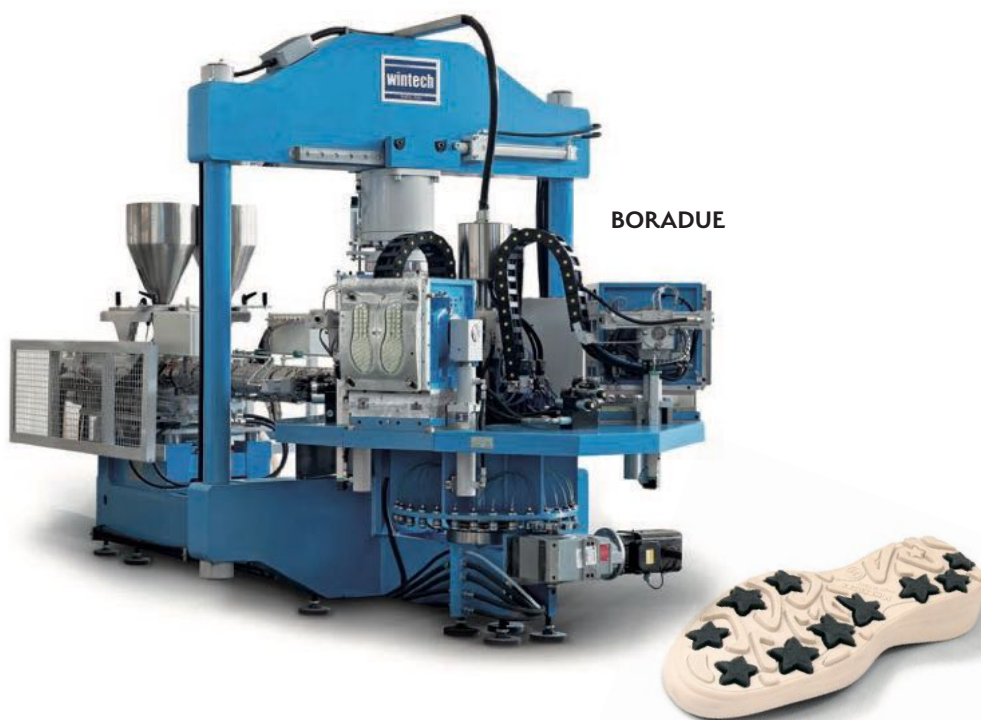
► WINTECH

Tra le molte tecnologie proposte dall'azienda veneta un primo piano va dedicato alla linea "Winshoes", impianti ad iniezione diretta in poliuretano, caratterizzati da soluzioni tecniche innovative. Il portastampo brevettato, grazie ad un originale sistema di chiusura e all'unità di colata a controllo elettronico, consente di realizzare fondi in TPU dallo spessore particolarmente sottile. L'innovativo supporto anelli, inoltre, compensando automaticamente

le differenze stampo, garantisce l'ottimale chiusura sulla tomaia, ma, soprattutto, il sistema di apertura "open space", facilita e semplifica tutte le operazioni a bordo giostra. Il sistema di apertura brevettato "open space", agevola le operazioni di siliconatura e di tutti gli interventi nell'area stessa dello stampo (inserimento inserti, oltre al cambio alla pulizia e alla regolazione dello stampo) a tutto vantaggio della qualità del prodotto finito e dei tempi di produzione. Tra i punti di forza della Winshoes vi è sicuramente la parte elettronica: particolarmente curata, e più determinante al funzionamento della macchina,



soles in thermoplastic materials. The particular flexibility of the machine is mainly due to the possibility of choosing between two different production cycles, i.e. the most suitable one for the type of material to be injected, and the density of the material itself – either PVC or TR in the compact/compact or compact/expanded versions. The options are the strengths that make BORADUE a highly productive, flexible, efficient, and energy-saving machine: automatic moving injectors; automatic injection assembly raising system; sole extractors; and especially an extra-cooling cycle that enables a production 80% higher than the traditional static machines.



BORADUE

garantisce un'eccellente flessibilità operativa. Determinante alla semplificazione del lavoro e alla stessa flessibilità di produzione è il software personalizzato studiato da Wintech. La Winshoes è stata progettata per migliorare il coordinamento con tutte le unità periferiche della giostra: dagli iniettori sino alle movimentazioni automatizzate. L'intercambiabilità delle unità di lavoro assicura la continuità operativa e semplifica la gestione dell'impianto, riducendo drasticamente i tempi morti. Tra le proposte più attuali dell'azienda figurano anche i modelli WLX e BORADUE. La linea WLX è stata studiata per

la produzione di stivali in materiali termoplastici: si tratta di macchine 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.

La BORADUE è una macchina rotativa a 3 stazioni studiata per la produzione di soles bicolore in materiali termoplastici.

La particolare flessibilità della macchina è data soprattutto

dalla possibilità di scegliere tra due differenti cicli di produzione, ovvero quello più indicato al tipo di materiale da iniettare e alla densità dello stesso: PVC o TR nelle versioni compatto/compatto o compatto/espanso. Gli optional che fanno di BORADUE una macchina altamente produttiva, molto flessibile, efficiente e a basso consumo di materiale e di energia, sono: gli iniettori traslanti automatici, il sistema di sollevamento gruppo iniezione automatico, gli estrattori delle soles e un ciclo di raffreddamento che permette un aumento dell'80% della produzione, rispetto a altre tecnologie.

**International
Technology**

**February
2023**



► 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

► 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 materiali 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, mm 400×500.

Potenza di pressione regolabile fino a 100 t.

Distanza tra i piani aperti 80 mm. Barriere di protezione a controllo elettronico.

► COSMOPOL

Tra le nuove proposte messe in mostra dall'azienda vigevanese al Simac Tanning Tech. 2022, figurano il modello **ELECTA-SI** e il modello **CI03-E N**. Il primo è indicato per la cardatura di articoli realizzati in diversi tipi di materiale (cuoio, succedanei del cuoio e sintetico) e con diversi spessori. **ELECTA-SI**, però, trova

COSMOPOL

At the Simac Tanning-Tech 2022, among the new offerings, the Vigevano-based company showcased the **ELECTA-S1** and **CI03-E N** roughing machines.

The first one is suitable for roughing items with different thicknesses and made of various types of material (i.e. leather, synthetic and similar materials). The **ELECTA-S1** model, however, is ideal for processing soles, including heel-mounted ones, where a whole or partial surface roughing – which is an essential step before gluing – is performed.

A replaceable (pneumatic release) abrasive belt is used in the roughing process. Also, the belt rotation can be reversed as needed.

The tensioning of the conveyor belt, which acts on two of the three transport rollers, is also pneumatic; the rollers oscillate independently of each other to allow the insertion of items of various thicknesses. A pneumatic system provides the working pressure that can be adjusted by the operator. The machine features an electronic speed variator and a cleaning brush which removes any processing residues.

For the roughing of box sole shoe profiles, the **CI03-E N** machine was showcased; this model, which is suitable for processing last-



ELECTA-S1



mounted shoes, was designed to meet the needs of highly-contoured sole profile sneaker manufacturers. Featuring a 28mm abrasive belt diameter, the simple and basic **CI03-E N** model enables to easily process the most challenging profiles.

The abrasive belt is a substitute for the steel brush used for more traditional processes, while for harder hides a roughing washer attachment can be installed. In order to perform different width irregular roughing lines, a pneumatic pedal enables the operator to move the support guide away.



CI03-E N



la sua naturale applicazione nella lavorazione delle suole, anche con tacco montato, per le quali viene impiegata per la cardatura totale o parziale della superficie. Una fase di lavoro indispensabile prima dell'incollaggio.

La lavorazione viene eseguita con nastro abrasivo facilmente sostituibile (sgancio pneumatico). La rotazione del nastro, inoltre, può essere invertita in funzione della necessità.

Il tensionamento del tappeto di trascinamento è anch'esso pneumatico, e agisce su due dei tre rulli di trasporto: questi oscillano indipendentemente tra loro per permettere l'inserimento di articoli

di vario spessore. La pressione di lavoro, regolabile, è garantita da un sistema pneumatico. La macchina dispone di variatore elettronico di velocità e di una spazzola di pulizia che asporta gli eventuali residui di lavorazione.

*Per la cardatura del profilo di calzature con suola a scatola è stata presentata la **CI03-E N**: macchina indicata per la lavorazione della scarpa montata su forma.*

*Questo modello è stato pensato per venire incontro alle esigenze dei produttori di sneakers disegnate con profili della suola molto sagomati. Semplice ed essenziale, la **CI03-E N**, grazie al diametro del nastro abrasivo di mm. 28, consente*

di seguire facilmente i profili più elaborati.

Il nastro abrasivo è in alternativa alla spazzola di acciaio usata per lavorazioni più tradizionali, mentre per i pellami più duri è possibile montare un cardatore a rondelle dentate. Un pedale pneumatico permette l'allontanamento della guida di appoggio, per consentire di eseguire linee di cardatura irregolari con larghezza differenziata.

RECES

La Nova 4 IP Master, tecnologia ampiamente collaudata per il montaggio della calzatura, oggi è disponibile anche nella versione 4.0. L'ultima frontiera della tecnologia

**International
Technology**

**February
2023**

► RECES

The Nova 4 IP Master, widely tested technology for shoe lasting, is now available in version 4.0. The last frontier of technology was achieved with the development of new software and hardware characterised by new features and the power necessary to support them.

Nova 4 IP Master 4.0

This new version enables to streamline the work in all the different phases of the production cycle; furthermore, it significantly reduces the time and operations required to switch among very different forms processing. In summary, this is a

machine that meets the growing need for flexible production. The mechanics, while being substantially the same, has been calibrated in order to precisely respond to the possibilities offered by the software. This enables accurate work with high quality standards, even in the presence of particular or extreme shapes, as some women's shoe tips could be. 4.0 also means remote connection via network or cable - a useful feature for both monitoring the production cycle and enabling the remote technical assistance. Moreover, the scanning of "RFID Tag", allows the automatic setup of the machine according to the shoe being worked (model, size, right or left, etc.). Like other machines by RECES, the Nova 4 IP Master 4.0 is produced in-house, using electrical, hydraulic, pneumatic and mechanical parts realised by Italian or European companies.



NOVA 4 IP MASTER 4.0

primo piano tecnologia

è stata raggiunta con la messa a punto di un nuovo software ed un hardware che si distinguono per le funzioni disponibili e la potenza in grado di supportarle.

Nova 4 IP Master 4.0

Questa nuova versione permette una ulteriore semplificazione del lavoro, in tutte le diverse fasi del ciclo di produzione, e, inoltre, riduce in modo significativo i tempi e le operazioni necessarie per il passaggio a lavorazioni di forme molto diverse tra loro. In sintesi è una macchina capace di rispondere alla crescente esigenza di produzioni flessibili. La meccanica, pur essendo sostanzialmente la stessa,

è stata calibrata per rispondere in modo preciso alle possibilità offerte dal software. Un aspetto che gli permette lavorazioni precise e di alto standard qualitativo, anche in presenza di forme particolari o esasperate, come possono essere alcune punte di calzature da donna. Fabbrica 4.0 significa anche collegamento remoto via rete o via cavo: un passaggio utile sia per monitorare il ciclo produttivo sia per permettere l'assistenza tecnica a distanza. Inoltre, la possibilità di lettura "Tag RFID", permette la predisposizione automatica della macchina alla calzatura in lavorazione (modello, taglia, destro o sinistra, etc.).

La Nova 4 IP Master 4.0, come le altre macchine marchate RECES, viene prodotta all'interno dell'azienda che impiega componenti elettrici, idraulici, pneumatici e meccanici costruiti da industrie italiane o europee.



Looking for quality?
You can stop now

We make machines
of a superior standard.
You can call off the search.

www.ilegno.it



CHECK OUT OUR COMPLETE RANGE OF
MACHINERY FOR COUNTERS AND INSOLES.

We've been making counter and insole processing machinery for more than 40 years. Our machines can now make these items automatically, without affecting the quality of your products.

Call off the search and take a look at www.comec-italy.com



COMEC

► **ZEGNA, +27.5% IN THE 3RD QUARTER**

In the first nine months of the year 2022, the Group exceeded one billion euro in turnover (1.09 billion euro): in the quarter, the growth was 27.5% for a total value of 357 million euro.

"The third quarter of 2022 - said Gildo Zegna, Chairman and CEO of the Group - was better than the previous two - a result that can be attributed to the



Zegna and Thom Browne lines in Europe, the Middle East, and the United States, as well as of the Greater China region."

In the third quarter, the Thom Browne brand maintained the favourable trend of the beginning of the year, recording revenues of 69 million euro (+29.5%). As far as performance in the various areas of the world is concerned, all markets in which the Group operates kept recording a growing trend. Greater China, which accounted for 116 million euro in revenue, grew by 3% in the quarter.

Overall, in the Asia-Pacific area,

the Group recorded a turnover of 153 million euro (+13.7%).

"We keep recording dynamic performance in the Middle East, the US, and Europe," a company note reads. In particular, the EMEA area is the one that recorded the most significant growth in the quarter (+42.8% year on year), reaching a turnover of 119 million euro. In the Americas, sales grew by 38.6% in North America (a turnover of 77 million euro overall) and 33.2% in Latin America (a turnover of 7 million euro overall).

notizie in breve
aziende
paesi

► **ZEGNA: +27,5% NEL TERZO QUARTER**

Nei primi nove mesi dell'anno fiscale 2022 il Gruppo ha superato il miliardo di euro di fatturato (1,09 miliardi di euro): nel quarter la crescita è stata pari al 27,5%, per un valore complessivo di 357 milioni. "Il terzo trimestre del 2022 -ha detto Gildo Zegna, Presidente e CEO del Gruppo- è stato migliore dei due precedenti: un risultato che va attribuito alle performance

delle linee Zegna e Thom Browne in Europa, Medio Oriente e Stati Uniti, nonché alla ripresa della regione della Greater China". Il brand Thom Browne, nel terzo trimestre, ha proseguito il trend favorevole di inizio anno, facendo registrare ricavi pari a 69 milioni di euro (+29,5%). Per quanto concerne le performance nelle varie aree di mondo, tutti mercati in cui opera il Gruppo hanno continuato a registrare un trend in crescita. La Greater China, che ha rappresentato 116 milioni di euro di entrate, è cresciuta del 3% nel trimestre. Nel complesso l'area dell'Asia-Pacifico ha significato per il Gruppo un fatturato pari

a 153 milioni di euro (+13,7 per cento).

"Continuiamo a registrare un andamento dinamico in Medio Oriente, negli Stati Uniti e in Europa", si legge in una nota dell'azienda. L'area Emea, in particolare, è quella che ha fatto registrare la crescita più importante nel trimestre (+42,8% anno su anno), raggiungendo un fatturato pari a 119 milioni di euro. Nelle Americhe le vendite sono cresciute del 38,6% in Nord America (complessivamente 77 milioni di euro di fatturato) e del 33,2% in America Latina (complessivamente 7 milioni di euro di fatturato).

► **CRESCITA A DOPPIA CIFRA PER PIQUADRO**

Il primo semestre dell'esercizio fiscale 2022-23, chiuso al 30 settembre 2022, ha visto salire il fatturato consolidato del Gruppo a 80,2 milioni di euro (+26% rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente). Per la linea Piquadro i ricavi registrati nel primo semestre sono stati pari a 35,2 milioni (+24,8%). Il canale wholesale ha registrato un incremento del 21,7%, il canale dos una crescita del 33,8%, il canale e-commerce il +9,5%. Per The Bridge i ricavi sono pari a 14,9 milioni (+34,3%) con il

OUR FUTURE IS



FASHION



SAFE



GREEN



“Sosteniamo” la Sostenibilità - We ‘Sustain’ Sustainability

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

► **PIQUADRO - DOUBLE-DIGIT GROWTH**

The first half of the fiscal year 2022-23, which ended on September 30th, 2022, saw the Group's consolidated turnover rise to 80.2 million euro (+26% compared to the same period of the previous year.)



In the first half, the Piquadro line recorded revenues of 35.2 million euro (+24.8%). An increase by 21.7% was recorded by the wholesale channel, while the growth for the dos channel was 33.8% and e-commerce +9.5%.

The Bridge recorded revenues of 14.9 million euro (+34.3%), with the wholesale channel up by 40.0% (dos +31.4%, e-commerce +9.3%). Lancel's turnover amounted to 30.1 million euro, growing by 23.5% (wholesale +11.7%, dos +32.7%).

The domestic market recorded sales of 37.2 million euro, accounting for 46.3% of consolidated sales, growing by 23.4%. In the European market, the group recorded a turnover of 40.9 million euro (+30.9%) to 51.0% of consolidated sales. In the non-European geographical area, the turnover was 2.1 million euro.

► **LUXURY SECOND-HAND LANDS ON AMAZON**

The e-commerce giant enhances its Amazon Luxury Stores division by signing a partnership with What Goes Around Comes Around (Wgaca), the player known for its wide range of designer products - Louis Vuitton, Hermès, Chanel, Prada, Rolex, etc. In the US platform of Amazon, around 500 items are already available. This number is destined to grow in the next two months, reports Wwd: probably over two

thousand bags will be available, along with many other items, from small leather goods to jewels and much more. Used Rolex watches may already be bought through the platform. Furthermore, the collaboration with Wgaca is a guarantee that protects from selling counterfeit items. The American newspaper reports that "in addition to the Wgaca store, each individual brand will have its own specific page with pre-loved products."

notizie in breve
aziende
paesi

canale wholesale in aumento del 40,0% (dos +31,4%, e-commerce +9,3%). Il fatturato di Lancel ammonta a 30,1 milioni, in aumento del 23,5% (wholesale +11,7%, dos +32,7 per cento). Il mercato interno ha registrato un fatturato di 37,2 milioni di euro, pari al 46,3% delle vendite consolidate, in incremento del 23,4 per cento. Nel mercato europeo, il gruppo ha registrato un fatturato di 40,9 milioni (+30,9%), pari al 51,0% delle vendite consolidate. Nell'area

geografica extra europea, il fatturato è stato di 2,1 milioni.

► **L'USATO BLASONATO SBARCA SULLE PIATTAFORME AMAZON**

Il gigante dell'e-commerce dà spessore alla divisione Amazon Luxury Stores mettendo a segno una partnership con What Goes Around Comes Around (Wgaca) il player conosciuto per l'ampio campionario di prodotti griffati: da Louis Vuitton, Hermès, Chanel, Prada, Rolex, ecc. Circa 500 gli articoli già disponibili sulla piattaforma Amazon negli Stati Uniti. Un numero destinato a crescere nei prossimi due mesi,

riporta Wwd: probabilmente si arriverà a oltre duemila borse, e tanti altri articoli dalla piccola pelletteria ai gioielli e altro ancora. Sulla piattaforma si possono comprare già i Rolex usati. La collaborazione con Wgaca, inoltre, rappresenta la garanzia di evitare la vendita di articoli contraffatti. La testata americana riporta che "oltre allo store di Wgaca, ogni singolo brand avrà la propria pagina riservata con la presenza di prodotti pre-loved".

► **BOTTEGA VENETA: GARANZIA A VITA PER LA BORSA**

Annunciato il Certificate of Craft. Si tratta di un certificato che garantisce interventi illimitati di ripristino e riparazione per la borsa.

"Questo certificato - ha detto Leo Rongone, CEO di Bottega Veneta - è stato pensato per offrire ai nostri clienti un servizio unico nel suo genere". Con questa iniziativa il brand apre le porte a tutte le generazioni di consumatori e dà una risposta sempre più convincente sul tema della sensibilità. "Ci concentriamo su una crescita responsabile.



► BOTTEGA VENETA – LIFE-TIME GUARANTEE FOR THE BAG

A 'Certificate of Craft' was announced. This is a certificate that guarantees unlimited bag restoration and repairs.

"This certificate - said Leo Rongone, CEO of Bottega Veneta - was designed to offer our customers one of a kind service."

With this initiative, the brand opens its doors to all generations of consumers and gives an

increasingly convincing response to a sensitive issue. "Our focus is on responsible growth. We aim to keep products in use for longer, reducing the need to replace them," added the CEO, who continued, "Our vision remains consistent with that of our founders who have always represented the most refined highend luxury, designed to enchant and crafted to last over time". The "Certificate of Craft" service has been active since November last year.

Il nostro intento è quello di mantenere i prodotti in uso più a lungo, riducendo la necessità di sostituirli", ha aggiunto il CEO, che ha proseguito "La nostra visione rimane coerente con quella dei nostri fondatori che hanno sempre rappresentato la fascia del lusso più alto e raffinato, pensato per incantare e realizzato per durare nel tempo". Il servizio "Certificate of Craft" è attivo da novembre dello scorso anno.

► NASCE IN ITALIA UN SINDACATO PER GLI INFLUENCER

È nata Assoinfluencer, la prima associazione italiana

che rappresenta il popolo degli influencer, che ha già raggiunto quota 350 mila persone e un fatturato che nel 2021 ha sfiorato i 280 milioni di euro. Assoinfluencer, che è già registrata nell'elenco delle Associazioni Professionali del Ministero dello Sviluppo economico, ha iniziato la campagna di tesseramento con l'obiettivo di rappresentare e tutelare istanze e interessi di influencer e content creator: un'industria in rapida crescita, che vale nel mondo 14 miliardi. Secondo i dati presentati nel report 'Brand & Marketer' dell'Osservatorio Nazionale Influencer Marketing (Onim),

► A UNION FOR ITALIAN INFLUENCERS IS BORN

Assoinfluencer, the first Italian association representing the people of influencers, which has already reached 350,000 people and a turnover of almost 280 million euro in 2021, was born in Italy. Already registered in the list of Professional Associations of the Ministry of Economic Development, Assoinfluencer has started its membership campaign with the aim of representing and protecting influencers and content creators' requests and interests: a rapidly growing 14-billion worth global industry.

According to the data of the

'Brand & Marketer' report made by ONIM (Osservatorio Nazionale Influencer Marketing), in 2021, over 50% of Italian companies resorted to influencer marketing to strengthen their communication campaign. The association, born from an idea of the lawyers Jacopo Ierussi and Valentina Salonia, took its first steps at an institutional level in 2018. It is the first union that represents the various professional figures recognizable as influencers and content creators: youtubers, podcasters, streamers, instagrammers, and even cyber athletes.



oltre il 50% delle aziende italiane, nel 2021, è ricorso a influencer marketing per rafforzare la propria campagna di comunicazione. L'associazione, nata da un'idea degli avvocati Jacopo Ierussi e Valentina Salonia, ha mosso i primi passi a livello istituzionale nel 2018. Si tratta del primo sindacato che rappresenta le diverse figure professionali riconoscibili come influencer e content creator: youtuber, podcaster, streamer, instagrammer fino ai cyber atleti.

International
Technology

February
2023

► THE ITALIAN SPORTS INDUSTRY IS WORTH 13 BILLION EURO

According to a survey conducted by Assosport, the Italian sports industry is a sector in continuous growth, which reached 13 billion euro, with an increase of 15% compared to 2020.

As Pambianco News reads, "The progressive recovery of activities in the post-Covid period – explains further the association – as well as a change in consumer habits resulting from the pandemic, drove the results of the sports sector. In the 'new normal', the border between fashion

and sportswear has become increasingly blurred, playing in favour of the sales achieved by informal wear and the very sportswear. The year 2021 was then the one of outdoor outfit – says Assosport – a trend that continued in 2022 too, which, in turn, marked the return of winter sports, heavily penalized during the pandemic.

This was also the year of the Padel tennis consecration, which, according to an Observatory conducted by Banca Ifis with the support of Assosport, would be played by around one million Italians (+500% over 2019) for



an estimated number of 6000+ courts located throughout the national territory. The tennis sport is also featuring good figures, with as many as 3.1 million players. The performance of the cycle sector remains stable, while swimming pools and gyms – greatly impacted between 2020 and 2021 – in 2022 began their slow but progressive recovery path. On the export front, in the last two years exports of Italian sporting goods have recovered, reaching +18.5% in 2021 (on an annual basis) and +8.2% in the first nine months of 2022, for an overall value, in September, of around 4.5 billion euro."

The main outlet market is still the United States, followed by France, Germany, Switzerland, and Spain. As far as the Italian market is concerned, the big chains better weathered the crisis effects to date, while the independent stores find it more difficult to recover also due to the critical issues represented by inflation and the consequent surge in costs. Purchases are mostly concentrated in Northern Italy (57%), followed by the Centre (25%), and the South (+18%); these percentages, though, do not include e-commerce, despite its boost seen in recent years.

notizie in breve aziende paesi

► L'INDUSTRIA ITALIANA DELLO SPORT VALE 13 MILIARDI DI EURO

Dall'indagine condotta da Assosport, emerge che l'industria italiana dello sport è un settore in continua crescita, che si è attestato a quota 13 miliardi di euro, con un incremento del 15% rispetto al 2020.

Su Pambianco News si legge: "A incidere sul risultato del comparto sportivo, spiega ancora l'associazione, è stata innanzitutto

la progressiva ripresa delle attività nel post-Covid, nonché un cambiamento nelle abitudini dei consumatori scaturito proprio dalla pandemia. Nel 'new normal', il confine tra fashion e abbigliamento sportivo è diventato sempre meno nitido, giocando a favore delle vendite messe a segno dall'informale e dallo sportswear vero e proprio. Il 2021 è stato poi l'anno dell'outdoor, racconta Assosport, trend proseguito anche nel 2022 che ha a sua volta segnato il ritorno degli sport invernali, fortemente penalizzati durante il lockdown. Ma è stato anche l'anno della consacrazione del padel che,

stando a un Osservatorio condotto da Banca Ifis con il supporto di Assosport, gli italiani che lo praticano sarebbero circa un milione (+500% sul 2019) per un numero di campi stimato oltre i seimila, dislocati su tutto il territorio nazionale. Bene anche il tennis con 3,1 milioni di praticanti. Restano stabili le prestazioni del settore ciclo, mentre piscine e palestre che hanno sofferto molto tra il 2020 e il 2021, nel 2022 hanno cominciato il loro lento, ma progressivo percorso di ripresa. Guardando al fronte export, negli ultimi due anni le esportazioni di articoli sportivi italiani hanno

ripreso quota raggiungendo il +18,5% nel 2021 (su base annua) e +8,2% nei primi nove mesi del 2022, per un valore complessivo che a settembre si aggirava intorno a 4,5 miliardi di euro". Principale mercato di sbocco resta quello statunitense, seguito da Francia, Germania, Svizzera e Spagna. Per quanto concerne il mercato italiano, a reggere meglio il contraccolpo della crisi ad oggi sono state le grandi catene, mentre gli indipendenti fanno più fatica a riprendersi anche a causa delle criticità rappresentate dall'inflazione e conseguente impennata dei costi.

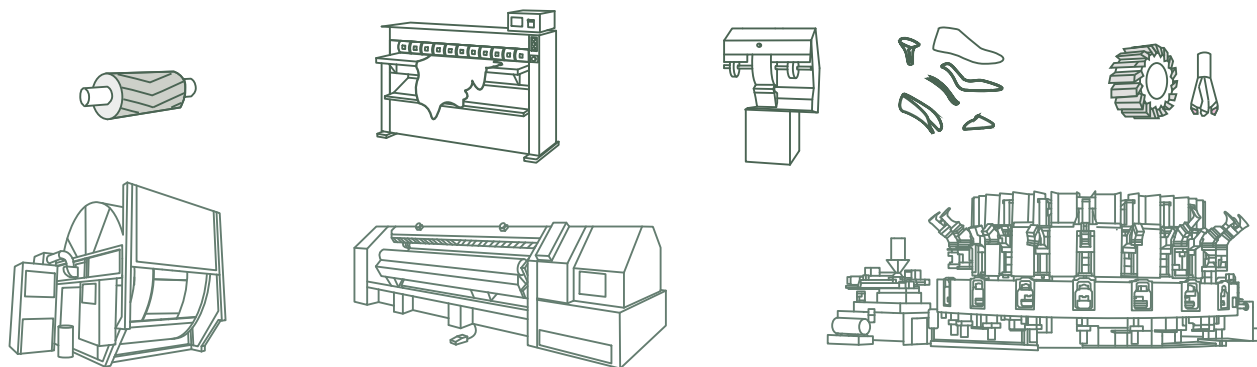


A **new** generation of **metal** items.



MLM MAZZOLA srl

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



**19-21
SEPTEMBER 2023
MILAN**

ts
simac
tanning
tech

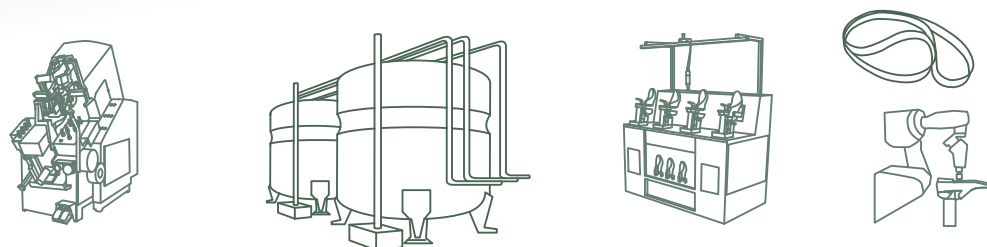


Search...



Find your solution.

2022 Exhibitors Catalogue: <https://visit.simactanningtech.it>



**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



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



Italian Trade Agency



@ITAttradeagency



ITA - Italian Trade Agency



@itatradeagency

