

INTERNATIONAL TECHNOLOGY

MACHINES, ACCESSORIES AND COMPONENTS FOR FOOTWEAR AND LEATHER GOODS



TECNO



THE NEW TALYN® ECO GRS CERTIFICATED 100% RECYCLABLE

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

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



► MARKETS

MERCATO

Italy - Growth in turnover, but decrease in volumes

Italia: Fatturato in crescita, ma calano i volumi

► ACTUALITY

ATTUALITÀ

Yves Morin passes the baton to Sergio Dulio

Yves Morin passa il testimone a Sergio Dulio

► FAIRS

FIERE

Increasingly stronger the call of technology

Sempre più forte il richiamo della tecnologia

► MATERIALS

MATERIALI

Selasti - The material that did not exist

Selasti: Il materiale che non c'era

► MATERIALS

MATERIALI

The latest

I più recenti

► TECHNOLOGY

TECNOLOGIA

The latest

Le più recenti

► NEWS IN BRIEF

Notizie in breve

**I NOSTRI
PRODOTTI**
GREEN

ECHO

ADESIVI ECOLOGICI

IMPECCABILI PRESTAZIONI
A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

LUMINE

PUNTALI E CONTRAFFORTI SOSTENIBILI

L'INIMITABILE PERFORMANCE
DIVENTA BIODEGRADABILE



INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI SPA



DURABOND



WWW.FORESTALI.COM

WE PRODUCE E.V.A. IN PLATES AND INJECTION MOLDING TO EMPOWER
YOUR FOOTWEAR AND APPLICATION NEEDS LIKE NEVER BEFORE

Made in Italy since 1968

N SIDE IS OUR PROJECT OFFERING ECO-FRIENDLY MATERIALS

85% BioBased™ E.V.A.

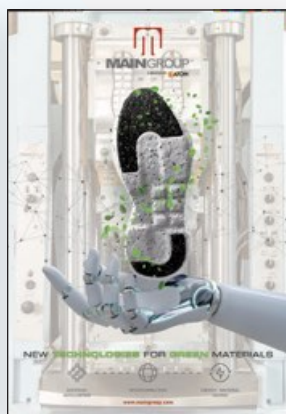
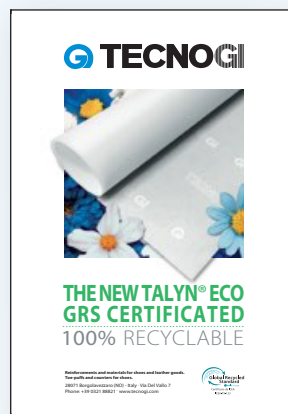
65% Recycled E.V.A.



summary



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



FRONT COVER

Tecnogi S.p.a.

Via del Vallo 7

28071 Borgolavezzaro (NO)

Italy

Tel. +39 0321 88821

Fax. +39 0321 885333

tecnogi.com

BACK COVER

Main Group

Technologies S.r.l.

Via Newton, 3

30036 Santa Maria di Sala

(VE) - Italy

Tel. +39 041 576121

Fax. +39 041 486249

sales@maingroup.com

maingroup.com

Editor: Carlo Leoni

Editorial director: Carlo Leoni

Photographs: Matteo Galuzzi

English translations: Adriano Donato

Printing: Grafiche Europa Snc Via Bodesine 37/A

26012 Castelleone (CR)

Subscriptions and advertising:

EDITORIALE DI INFORMAZIONI SETTORIALI s.r.l.

20090 Trezzano S/N (MI) Italy

Via Leonardo da Vinci, 43

Phone +39 02 48400645 - Fax +39 02 4454324

infsett@net2000.it

shoemachinery.com

Year XXXII - n° 6 - October / November 2023

• Bimonthly periodical

• Authorization from the Milan court n. 705 -

30/12/1992

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

▶ MARKETS

mercati

Italy – Growth in turnover, but decrease in volumes

Italia: Fatturato in crescita, ma calano i volumi

6

Exports to Europe grew by 25%

Crescono del 25% le esportazioni in Europa

10

▶ ACTUALITY

attualità

Yves Morin passes the baton to Sergio Dulio

Yves Morin passa il testimone a Sergio Dulio

14

▶ FAIRS

fiere

An appointment with the Korean retail

Appuntamento con il retail coreano

16

Lineapelle – Asian buyers are back

Lineapelle: Tornano i buyer asiatici

18

Increasingly stronger the call of technology

Sempre più forte il richiamo della tecnologia

20

42,000+ registered visitors

Oltre 42.000 i visitatori registrati

22

▶ TRENDS

Seen at Micam Milano - September 2023

Visti a Micam Milano - Settembre 2023

24

▶ MATERIALS

materiali

Selasti – The material that did not exist

Selasti: Il materiale che non c'era

28

The most recent

I più recenti

30

▶ TECHNOLOGY

tecnologia

The latest

I più recenti

42

▶ NEWS

News in brief

Notizie in breve

56



6



10



20



30



42



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

Growth in turnover, but decrease in volumes



► There are shadows impending over the future evolution of the Italian footwear sector which, however, closed the first half of 2023 positively, with growth in turnover (+7.4%) and exports (+10.2% in value in the first 5 months). The sore point,

though, lies on quantities: -6.8% those exported and -5.7% those produced (according to the Istat index of industrial production.) The months of May and June recorded a setback in household purchases, with a very slow pace in the first half of the year

(-1.2% in spending and -3.4% in volume). This, in summary, is the photograph taken by the 'Centro Studi Confindustria Moda per Assocalzaturifici.' Giovanna Ceolini, President of Assocalzaturifici said: "The widely expected slowdown

primo piano mercati

Industria calzaturiera italiana: trend dei primi sei mesi del 2023

Fatturato in crescita, ma calano i volumi

► Più di un'ombra incombe sull'evoluzione futura del settore calzaturiero italiano che, tuttavia, ha chiuso positivamente il primo semestre del 2023, con una crescita del fatturato (+7,4%) e dell'export (+10,2% in valore nei primi 5 mesi). Punto dolente sono però le quantità: -6,8% quelle esportate e -5,7% quelle realizzate (secondo l'indice Istat della produzione industriale). Maggio e giugno registrano una battuta d'arresto negli acquisti delle famiglie, con una prima metà dell'anno su ritmi molto blandi (-1,2% in spesa

e -3,4% in volume). Questa, in sintesi, la fotografia scattata dal Centro Studi Confindustria Moda per Assocalzaturifici. Giovanna Ceolini, Presidente di Assocalzaturifici dice: "Il rallentamento ampiamente previsto si è mostrato nel secondo trimestre dell'anno in corso. Al forte rimbalzo del 2021 registrato dopo il crollo procurato dal lockdown e al proseguimento del recupero nel corso del 2022 – pur su ritmi comprensibilmente meno sostenuti, via via che i livelli di attività si normalizzavano – ha

fatto seguito, dopo un avvio 2023 ancora favorevole in gran parte delle variabili congiunturali, una marcata decelerazione. A cominciare dalle esportazioni, da sempre il volano del settore, che nel bimestre aprile-maggio hanno evidenziato, dopo gli incrementi a doppia cifra dei mesi precedenti, solo una debole tenuta in valore (+1%), accompagnata da una battuta d'arresto in volume (-14,9%). Nei primi 5 mesi registrano incrementi in valore tutte le principali destinazioni dell'export,

2022 AT A GLANCE - ANNUAL PRELIMINARY ESTIMATES THE ITALIAN FOOTWEAR INDUSTRY

		Preliminary		
		2021	2022	Var. %
Turnover	Billion euros	12.71	14.49	+14.0%
Production*	Millions of Euros	7,119.55	8,465.77	+18.9%
	Millions of pairs	148.8	162.0	+8.9%
Exports (including re-exports)	Millions of Euros	10,280.85	12,675.62°	+23.3%
	Millions of pairs	192.6	213.8°	+11.0%
Imports (including re-imports)	Millions of Euros	5,132.76	7,135.33°	+39.0%
	Millions of pairs	295.1	381.7°	+29.3%
Trade balance	Millions of Euros	5,148.09	5,540.29°	+7.6%
Consumption of Italian families (trend)	Cost			+9.6%
	Quantity			+6.7%
N° Companies (shoe factories)		3,981	3,765	-5.4%
N° of direct employees		70,586	72,336	+2.5%
Redundancy Fund Earnings Leather Area				
- Ordinary	Millions of hours	66.5	11.2	-83.2%
- Extraordinary	Millions of hours	1.7	1.9	+10.9%
- Total	Millions of hours	68.2	13.1	-80.8%

Source: Centro Studi Confindustria Moda estimates for Assocalzaturifici

* Production = only Made in Italy footwear is considered;

° Export and Import = 12-month estimates and projections based on available ISTAT data.

ad eccezione della Svizzera -tradizionale hub logistico in sensibile flessione a causa delle diverse strategie delle griffe- che segna un -13,6% (con un -29% nelle paia), del Regno Unito (-2,6%) e del Canada (stabile, -0,5%, ma in forte calo in quantità)".

Indicazioni sinora decisamente premianti, malgrado le recenti preoccupazioni per il rallentamento dell'economia nazionale, provengono dalla Cina (+20,4% in volume e +43,4% in valore), dove il prezzo medio, di gran lunga il più elevato tra quello dei principali mercati di sbocco della calzatura made in Italy, indica chiaramente

come tali numeri siano legati soprattutto alle performance delle grandi multinazionali del lusso, in un mercato non di facile approccio per le aziende con marchio proprio. "Si registra inoltre -continua Ceolini- un rimbalzo in Russia e Ucraina (+37% e +56% in valore rispettivamente), anche se va tenuto conto che il raffronto avviene su un periodo in cui l'inizio del conflitto aveva fatto crollare le vendite verso questi due mercati. I livelli attuali, nonostante il rimbalzo sul 2022, sono assai vicini (+1,2%) a quelli dei primi 5 mesi 2021, peraltro già molto colpiti dalla pandemia, in cui non c'era la guerra. Infine il saldo

commerciale, trainato dalle vendite estere, ha sfiorato nei primi 5 mesi i 3 miliardi di euro (+14,2%)". Dall'analisi dettagliata del report emerge che nei primi 5 mesi dell'anno l'export italiano di calzature si è attestato a 87,9 milioni di paia, operazioni di pura commercializzazione incluse: 6,4 milioni di paia in meno rispetto al bimestre gennaio-maggio 2022 (-6,8%). Il prezzo medio al paio, salito a 62,47 euro, segna un +18,2%.

Analizzando le macroaree, sia i partner dell'UE, cui sono dirette 2 scarpe su 3 vendute oltreconfine, che le destinazioni extra-UE

International
Technology

October
2023

indeed appeared in the second quarter of the current year. The strong rebound in 2021 recorded after the collapse caused by the lockdowns and the continuation of the recovery during 2022 - albeit at an understandably slower pace, as activity levels normalized - was followed, after a still favourable start to 2023 in most of the economic variables, a marked deceleration. Starting with exports, which have always been driving the sector, which in the two-month period April-May showed, after the double-digit increases of the previous months, only a weak hold in value (+1%), accompanied by a setback in volume (-14.9%).

In the first 5 months, all the main export destinations recorded increases in value, with the exception of Switzerland - a traditional logistics hub in significant decline due to the brands' different strategies - which recorded -13.6% (with -29% in pairs), the United Kingdom (-2.6%), and Canada (stable, -0.5%, but sharply decreasing in quantity)."

Despite recent concerns about

the national economy's slowdown, quite positive indications so far came from China (+20.4% in volume and +43.4% in value), where the average price, by far the highest among that of the main outlet markets for made in Italy footwear, clearly indicates how these numbers are mostly linked to the performance of the large luxury multinationals, in a market difficult to reach for own-brand companies.

"A rebound in Russia and Ukraine (+37% and +56% in value, respectively) - continues Ceolini - is also recorded, although it must be taken into account that the comparison takes place over a period in which the war had caused a collapse of sales to these two markets. Despite the rebound on 2022, the current levels are very similar (+1.2%) to those of the first 5 months of 2021, warless but already heavily impacted by the pandemic. Finally, the trade balance, driven by foreign sales, came close to 3 billion euro in the first 5 months (+14.2%)."

A detailed analysis of the report shows that, in the first 5 months of the year, Italian footwear exports

reached 87.9 million pairs, pure marketing operations included: 6.4 million pairs less than in the two-month period of January-May 2022 (-6.8%). The average price per pair, which rose to 62.47 euro, recorded +18.2%.

Analysing the macro-areas, both EU countries - to which 2 out of 3 shoes were sold - and non-EU destinations show growth in value and a decline in quantities; those within the EU, however, showed better trends (-4.5% in volume and +14% in value) compared to the more distant outlets (overall -10.9% and +7%, respectively.) Within the EU markets, in addition to France - which firmly held the first place in the general export ranking, both in quantity and value, and which recorded a +19.6% in value and -2.9% in volume - among the main destinations are Germany (fourth, but second in volume, growing by +8.4% in value but with -15.5% in quantity); Spain and the Netherlands (with interesting growth both in volume and value); Belgium (with modest increases); and Poland (+10.2% in value but -5.2% in quantity.)

North America slowed down;

primo piano mercati

evidenziano una crescita in valore e un calo nelle quantità; quelli intra-UE, però, presentano andamenti migliori (-4,5% in volume e +14% in valore) rispetto agli sbocchi più lontani (-10,9% e +7% rispettivamente nel complesso). Nell'ambito dei mercati comunitari, oltre alla Francia - che occupa saldamente il primo posto nella graduatoria generale dell'export, sia in quantità che in valore, e che registra un +19,6% in valore e un -2,9% in volume - tra le principali destinazioni figurano la Germania (quarta, ma seconda per volumi, che cresce del +8,4% in valore ma con un -15,5% nelle quantità), la

Spagna e i Paesi Bassi (con crescita interessanti sia in volume che in valore), il Belgio (con aumenti modesti) e la Polonia (+10,2% in valore ma -5,2% in quantità). Frena il Nord America: malgrado la sostanziale tenuta in valore, USA e Canada evidenziano contrazioni superiori al -20% nelle paia. Trend penalizzante anche nel Regno Unito (-2,6% in valore, con -13,8% in quantità), già in difficoltà sia nel 2021 che nel 2022. Performance incoraggianti, invece, nel Far East, cresciuto globalmente del +29,4% in valore e del +7,1% in quantità. Evoluzione favorevole negli Emirati Arabi (+37,7% in

valore) e in Turchia (che registra incrementi superiori all'80% sia in volume che in valore, nonostante la svalutazione della lira). Il dettaglio per tipologia merceologica mostra andamenti disomogenei in valore e cali generalizzati in volume, con l'eccezione delle pantofole (che, al contrario, crescono in volume ma flettono in valore). Il comparto delle calzature con tomaio in pelle - primo per importanza con un'incidenza del 63% sulle vendite estere in valore - presenta un aumento prossimo al +13% (con un -5,3% nelle paia a confronto con gennaio-maggio 2022 e un -15,2% sui livelli pre-Covid del 2019).

despite the substantial holding in value, the USA and Canada showed contractions of more than -20% in pairs. A negative trend also for the United Kingdom (-2.6% in value, with -13.8% in quantity), already suffering in both 2021 and 2022. Encouraging performances, however, in the Far East, which grew globally by +29, 4% in value and +7.1% in quantity. A favourable evolution was recorded in the United Arab Emirates (+37.7% in value) and Turkey (which recorded increases of more than 80% in both volume and value, despite the devaluation of the lira.) The breakdown by product type showed uneven trends in value and general declines in volume, with the exception of slippers (which, on the contrary, grew in volume but declined in value.) The leather upper footwear sector - first in importance with an incidence of 63% on foreign sales in value - showed an increase of almost +13% (with -5.3% in pairs compared to the January-May 2022 period and -15.2 % on pre-Covid 2019 levels.) According to Sita Ricerca, domestic consumption - after a recovery-featuring year's beginning

- in the following three months a clear reduction in household's footwear purchasing, with significant declines in May and June, was seen. Overall, the second part of the year recorded drops of -9.8% in terms of pairs and -7.9% in value, cancelling the progress of the previous months and making negative the cumulative figure of the first 6 months. Regarding the demographics of companies, the long wave of the exceptional crisis triggered by the pandemic led, in the first 6 months of the year, to a negative balance of -122 footwear companies, including industry and craftsmanship (-3.2% compared to the end of December, according to data released by Infocamere-Movimprese) after the heavy decline recorded in the 2022 final balance. As regards the number of employees, the positive rebound triggered last year continued: at the end of June the employees' headcount was 73,665 (+1.8% compared to December). The gap with the 2019 final balance, however, is still over 1,200 employees. In the first 6 months of 2023, 7.5 million hours of redundancy



payments were authorized by INPS (Italian Social Security Institute) for companies in the leather supply chain, a decrease of -5.6% compared to the first half of last year, but the jump in hours in second quarter (+44%) - along with the worsening of the general economic situation - herald new tensions. ◀

Sul fronte dei consumi interni, secondo Sita Ricerca, dopo un avvio d'anno all'insegna del recupero i tre mesi successivi hanno visto una netta riduzione degli acquisti di calzature da parte delle famiglie, con flessioni importanti in maggio e giugno. Complessivamente la seconda frazione dell'anno ha registrato cali del -9,8% in termini di paia e del -7,9% in valore, annullando i progressi dei mesi precedenti e portando in terreno negativo il cumulato dei primi 6 mesi.

In merito alla demografia delle imprese, l'onda lunga dell'eccezionale crisi innescata

dalla pandemia ha portato ad un saldo negativo di -122 realtà calzaturiere, tra industria e artigianato, nei primi 6 mesi dell'anno (pari al -3,2% rispetto a fine dicembre, secondo i dati diffusi da Infocamere-Movimprese) dopo il pesante arretramento rilevato a consuntivo 2022. Per quanto riguarda il numero degli addetti, è proseguito il positivo rimbalzo innescatosi lo scorso anno: a fine giugno si contavano 73.665 addetti (il +1,8% rispetto a dicembre). Il divario con il consuntivo 2019 è però ancora di oltre 1.200 unità. Nei primi 6 mesi del 2023 sono state autorizzate da INPS per

le aziende della Filiera Pelle 7,5 milioni di ore di cassa integrazione guadagni, in flessione del -5,6% rispetto alla prima metà dello scorso anno, ma il balzo delle ore nel secondo trimestre (+44%) - assieme al peggioramento del quadro economico generale - preannunciano nuove tensioni.

**International
Technology**

October
2023

Leather Goods Made in Italy - A growth of +9.5% in the first half of the current year

Exports to Europe grew by 25%



► After a double-digit increase in turnover (+13.8%) in the first quarter, the indications of entrepreneurs, who suggested a slowdown in the sector in the second part of this 2023, were

sadly confirmed. The survey conducted by Confindustria Moda among Assopellettieri members revealed, for the second quarter of 2023, an average trend's increase in turnover

of +5.3%. Although the relative majority of the sample experienced growth (47% of respondents), the percentage of companies that recorded a decline over the same period of 2022 was 29%.

primo piano mercati

Pelletteria made in Italy: +9,5% nel primo semestre dell'anno in corso

Crescono del 25% le esportazioni in Europa

► Dopo un inizio d'anno positivo, con un incremento del fatturato sempre a doppia cifra (+13,8%) nel primo trimestre, si sono purtroppo confermate le indicazioni degli imprenditori, che ventilavano un rallentamento del settore nella seconda parte di questo 2023. L'indagine condotta da Confindustria Moda tra gli Associati di Assopellettieri ha rilevato per il secondo trimestre 2023 un incremento tendenziale medio del fatturato pari al +5,3%. Sebbene la maggioranza relativa del campione abbia sperimentato una crescita

(47% dei rispondenti), la quota di aziende che ha registrato una flessione sullo stesso periodo del 2022 è risultata pari al 29%. Grazie ai buoni risultati della prima frazione e in un contesto sempre dominato dall'inflazione, il primo semestre ha chiuso in media con un +9,5% tendenziale (si parla del campione di aziende che hanno partecipato all'indagine). Per la seconda parte dell'anno, le aspettative degli imprenditori intervistati da Assopellettieri, indicano un ulteriore ridimensionamento dei ritmi

di crescita. La conferma del rallentamento arriva anche dai dati della produzione: l'indice Istat della produzione industriale per la voce "Articoli da viaggio e di pelletteria", in crescita nei primi 2 mesi dell'anno, a partire da marzo ha registrato contrazioni mensili non trascurabili (comprese tra il -10% e il -20%), che hanno portato il cumulato dei primi 6 mesi in terreno pesantemente negativo (-10,7%). Le vendite estere, da sempre il volano dello sviluppo del settore, hanno ricoperto un ruolo fondamentale anche nei risultati della prima

Thanks to the good results of the first part and in a context always dominated by inflation, the first half of the year recorded a +9.5% average trend (for the sample of companies that participated in the survey.)

For the second part of the year, the expectations of the entrepreneurs interviewed by Assopellettieri indicate a further reduction in growth rates.

Confirmation of the slowdown also comes from production data; growing in the first 2 months of the year, since March the Istat index of industrial production for the item "Travel and leather goods items" has recorded non-negligible monthly contractions (between -10% and -20%), which brought the cumulative figure for the first 6 months into heavily negative territory (-10.7%).

Foreign sales, which have always been driving the sector development, also played a fundamental role in the results of the first half of the year. The available data, limited to the first 5 months, showed that the export of leather goods, including pure marketing operations, came close to 4.9 billion euro, with an increase

ITALIAN LEATHER GOODS COMMERCIAL TRADE FIRST 5 MONTHS 2023 comparison with the similar period of recent years

EXPORT	Value (Millions of Euros)	Quantity (Millions of KG)	Average price EUR/KG
First 5 months 2019	4,294.50	27.4	156.56
First 5 months 2020	2,803.73	19.3	145.26
First 5 months 2021	3,846.55	25.9	148.59
First 5 months 2022	4,470.77	26.9	166.35
First 5 months 2023	4,861.03	29.2	166.57
Var% 2023 on 2022	8.7%	8.6%	0.1%
Var% 2023 on 2019 pre-Covid	4.4%	-1.0%	5.5%

IMPORT	Value (Millions of Euros)	Quantity (Millions of KG)	Average price EUR/KG
First 5 months 2019	1,292.89	57.3	22.57
First 5 months 2020	1,000.63	46.8	21.37
First 5 months 2021	1,061.43	40.6	26.17
First 5 months 2022	1,482.86	61.0	24.32
First 5 months 2023	1,584.73	59.0	26.85
Var% 2023 on 2022	6.9%	-3.2%	10.4%
Var% 2023 on 2019 pre-Covid	22.6%	3.0%	19.0%

Source: Centro Studi Confindustria Moda on ISTAT data

metà dell'anno. Nei dati disponibili, fermi ai primi 5 mesi, l'export di beni di pelletteria, operazioni di pura commercializzazione incluse, ha sfiorato i 4,9 miliardi di euro, con un incremento del +8,7% su gennaio-maggio 2022 (vale a dire 390 milioni di euro in più). Simile la variazione in termini di KG (+8,6%), saliti a 29,2 milioni. I partner dell'Unione Europea hanno fatto registrare una crescita complessiva del +25,5% in valore e del +16,2% nei KG. Tra essi si è evidenziata la Francia divenuta la prima destinazione in valore, tradizionalmente legata alle produzioni per le multinazionali

del lusso - che mostra incrementi superiori al +30% sia in valore che in quantità, e la Polonia, quattordicesima, che presenta aumenti analoghi. La Germania, seconda nella graduatoria generale in quantità, e la Spagna crescono a doppia cifra in valore (+15,4% e +25,5% rispettivamente) ma con saggi molto più contenuti nei KG (+2,7% e +2,8%). Gli sbocchi extra-UE, invece, registrano globalmente un aumento solo in valore (+2,9%), a fronte di un calo nei KG (-2,8%) dove restano decisamente lontani (-14,6%) dai livelli di gennaio-maggio 2019. Dopo gli ottimi risultati raccolti

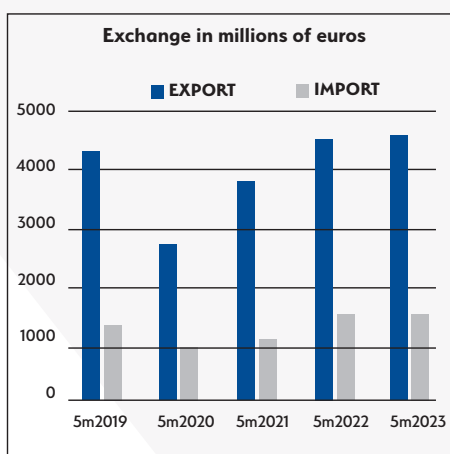
nel 2022, i mercati nordamericani presentano andamenti divergenti: gli USA fanno segnare un ulteriore +14% in valore (seppur con un calo non trascurabile, -11%, nei KG); il Canada, al contrario, cresce nei KG (+4%) ma flette in valore (-4,9%). Nel Far East, l'area con i prezzi medi più elevati, incrementi a due cifre per quasi tutti i paesi, con la sola eccezione della Corea del Sud, in arretramento del -6,8% in valore (ma su livelli superiori del +72% a quelli 2019). Del +51,3% in valore l'incremento per la Cina, quarta in graduatoria, del +19,8% per il Giappone, del +31,9% per Hong Kong (l'unico al di sotto, e

International
Technology

October
2023

TRADE
BALANCE

	Value (Millions of euros)
First 5 months 2019	3,001.61
First 5 months 2020	1,803.10
First 5 months 2021	2,785.12
First 5 months 2022	2,987.91
First 5 months 2023	3,276.29
Var% 2023 on 2022	9.7%
Var% 2023 on 2019 pre-Covid	9.2%



of +8.7% over the January-May 2022 period (i.e., 390 million euro more.) Similar was the change in terms of KG (+8.6%), which rose to 29.2 million euro.

The European Union partners recorded an overall growth of +25.5% in value and +16.2% in KG. Among them, France - traditionally linked to production for luxury multinationals - is now the first destination in terms of value and quantity, showing increases of more than +30%, and Poland, fourteenth, which

recorded similar increases.

Germany, second in the general ranking in quantity, and Spain are growing by double digits in value (+15.4% and +25.5%, respectively) but with much lower rates in KG (+2.7% and +2.8%).

Non-EU outlets, however, recorded an overall increase only in value (+2.9%), compared to a decline in KG (-2.8%) where they remain decidedly far (-14.6%) from the levels of January-May 2019.

After the excellent results achieved

in 2022, the North American markets show divergent trends: the USA recorded a further +14% in value (albeit with a non-negligible drop, -11%, in KG); Canada, on the contrary, grew in KG (+4%) but declined in value (-4.9%).

The area with the highest average prices, the Far East, recorded double-digit increases in almost all countries, with the sole exception of South Korea, down by -6.8% in value (but at levels higher than +72% compared to 2019.) China, fourth in the ranking, recorded an increase of +51.3% in value; Japan recorded +19.8% and Hong Kong -31.9% (the only one significantly below pre-Covid levels); "minor" markets, such as Taiwan (+29%), Singapore (+51%), and Thailand also performed well.

Promising performances also featured the Middle East, where the United Arab Emirates grew by +29% in value.

Returning to Europe, but outside the EU27, the recovery of the United Kingdom after the post-Brexit collapse continued: despite +13.4% in value and +4.9% in KG,

primo piano
mercati

notevolmente, dei livelli pre-Covid); ma bene anche mercati "minori" come Taiwan (+29%), Singapore (+51%) e Thailandia.

Performance promettenti hanno interessato anche il Medio Oriente, dove gli Emirati Arabi sono cresciuti del +29% in valore.

Tornando in Europa, ma fuori dalla UE27, prosegue la risalita del Regno Unito dopo il crollo post-Brexit: nonostante il +13,4% in valore e il +4,9% nei KG, i livelli 2019 restano però decisamente lontani (i KG attuali, in particolare, sono ancora all'incirca la metà rispetto ad allora).

Per quanto riguarda i due paesi

direttamente coinvolti nel conflitto in atto - scoppiato alla fine di febbraio 2022 - nei primi 5 mesi si osserva per entrambi un rimbalzo consistente (+25,2% in valore la Russia, 18° mercato in graduatoria, e +59,3% l'Ucraina, 53°), con incrementi molto rilevanti anche nei KG.

Va considerato, comunque, che lo scorso anno all'inizio della guerra i flussi verso questi due mercati erano crollati immediatamente: se confrontati coi livelli di 2 anni fa (cioè dei primi 5 mesi 2021), il trend attuale risulta del -4,5% in valore per la Russia e del -24,1% per l'Ucraina.

Dal punto di vista merceologico,

bene le esportazioni dei prodotti in pelle (+10,6% in valore), come pure di quelli in succedaneo, che mostrano nel periodo esaminato una crescita più contenuta (+4,5%) ma che, per effetto del forte recupero sperimentato nell'ultimo biennio, presentano ora un incremento considerevole su gennaio-maggio 2019 pre-pandemia (+41,9%, a fronte del +4,3% degli articoli in pelle). Positivo per entrambi i comparti - e di simile intensità - anche l'andamento delle vendite estere in termini di quantità (KG): +8,3% su gennaio-maggio 2022 per i prodotti realizzati in pelle, caratteristici della manifattura

the 2019 levels remained decidedly distant (the Current KG, in particular, are still approximately half what they were then.)

As regards the two countries directly involved in the ongoing conflict - which broke out at the end of February 2022 - in the first 5 months a significant rebound was observed for both (+25.2% in value for Russia, 18th market in the ranking, and +59.3% Ukraine, 53rd), with very significant increases also in the KG.

It should be considered, however, that last year at the beginning of the war the flows towards these two markets had collapsed immediately: if compared with the levels of 2 years ago (i.e. the first 5 months of 2021), the current trend is -4.5% in value for Russia and -24.1% for Ukraine.

From a product type standpoint, exports of leather products performed well (+10.6% in value), as well as those in substitute, which showed a more limited growth in the period under analysis (+4.5%) but which, for effect of the strong recovery experienced in the last two years, now show

a considerable increase over the pre-pandemic January-May 2019 period (+41.9%, compared to +4.3% for leather items.) The trend in foreign sales in terms of quantity (KG) for both sectors was also positive - and of similar intensity: +8.3% over January-May 2022 period for leather products, characteristic of Made in Italy manufacturing, and +8.8% for those in alternative materials. As for the product types, bags (+14.9% in value) proved to be the main item (covering as much as 71% of overall exports, with 3.4 billion euro), with growth - in value as well as in KG - both for those made of leather (increased to 2.5 billion euro, +19.4%) and those made of other materials (961 million, +4.9%).

Following are small leather goods (wallets, purses, key rings, and pocket or handbag objects) - in second place in terms of exported value - which fell by -5.3% and, like belts (-14.4%), were characterized from a penalizing start to the year. Suitcases and travel items recorded a weak increase (+1.5%). Import, which increased sharply

in 2022, after a deceleration in the first part of 2023, recovered its pace in the following two months. The cumulative January-May period showed a growth of +6.9% in value with -3.2% in KG. Goods worth 1.6 billion euro entered Italy (or 59 million KG, of which only 10% were made of leather.) China, although proving to be by far the first supplier in volume (covering over 53% of incoming KG), closed the first 5 months in decline; -17.3% in value, with a contraction of approximately -4% in KG.

The sector trade balance surplus was just under 3.3 billion euro, with a strengthening of +9.7% over the January-May 2022 period. With reference to domestic consumption, the cumulative Istat index relating to the value of retail sales in Italy of leather goods and footwear shows substantial stability in the first half of the year (+0.2% over the January-June 2022 period), remaining, however, -8.2% below the 2019 data. ◀

Made in Italy, e +8,8% per quelli in materiali alternativi. Quanto alle tipologie, le borse (+14,9% in valore) si confermano la voce principale (coprendo, con 3,4 miliardi di euro, ben il 71% delle esportazioni complessive), con crescita - in valore come pure nei KG - sia per quelle realizzate in pelle (salite a 2,5 miliardi di euro, +19,4%) che per quelle in altri materiali (961 milioni, +4,9%). Segue, al secondo posto per valore esportato, la piccola pelletteria (portafogli, borsellini, portachiavi e oggetti da tasca o borsetta), scesa del -5,3%, che, come le cinture (-14,4%), è stata caratterizzata da un avvio

d'anno penalizzante. Debole aumento (+1,5%) per le valigie e gli articoli da viaggio. L'import, in forte aumento nel 2022, dopo una decelerazione nella prima frazione del 2023 ha acquistato ritmo nei due mesi successivi. Il cumulato gennaio-maggio mostra una crescita del +6,9% in valore con un -3,2% nei KG. Sono entrati in Italia beni per 1,6 miliardi di euro (o 59 milioni di KG, di cui solo il 10% realizzati in pelle). La Cina, pur confermandosi di gran lunga il primo fornitore in volume (copre oltre il 53% dei KG in ingresso), dopo il picco del 2022 ha chiuso i

primi 5 mesi in arretramento: -17,3% in valore, con una contrazione del -4% circa nei KG. L'attivo del saldo commerciale settoriale è risultato di poco inferiore a 3,3 miliardi di euro, con un irrobustimento pari al +9,7% su gennaio-maggio 2022. Con riferimento ai consumi nazionali, l'indice cumulato Istat relativo al valore delle vendite del commercio al dettaglio in Italia di pelletteria e calzature segna nel primo semestre una sostanziale stabilità (+0,2% su gennaio-giugno 2022), restando però del -8,2% sotto i dati 2019.

International
Technology

October
2023

International Technical Footwear Congress-UITIC (September 19-22, 2023)

Yves Morin passes the baton to Sergio Dulio

► For the second time in the event's history, the 21st World Congress dedicated to leather domain technology, UITIC, was hosted in Italy. This was a major event, which confirmed the role of the footwear, leather goods, and tannery industries within a global market context. During the two-day event, the topics covered made it possible to underline that the companies' commitment must be towards sustainability and therefore innovation and digital transformation. The event also served as an occasion to renew the Executive Committee of UITIC: after 13 years serving as



President, Yves Morin left his post in favour of Sergio Dulio, who took over as the new president of UITIC. His main task will be the organization of the 22nd Congress which will be held in Shanghai in 2025. The sponsors of the event were: Simac Tanning Tech, Apiccaps, Banca Generali, CTC, UNIC, LINEAPELLE, Arsutoria School, Atom, Main Group, Avantium, Shoe Master, Expo Riva Schuh & Gardabags, Brustia-Alfa Meccanica, Gusbi, Comelz, Industrie Chimiche Forestali, and Banco Desio. Media partners: Alternativa Moda, Apparel, Arsutoria,

China leather, Footwearbiz.com, Indian Leather, ILM, International Technology, La Conceria, Leather & Luxury, Leather Age, Leather Fashion Design, Style, Calzado, Serma.net, StepTechnik, Style America, Tecnica del Calzado, Turkish Leather Shoes, and World Footwear. Companies involved: Industrie Chimiche Forestali, Tessitura Langè, Tacchificio Villa Cortese, TFL, Calzaturificio Roveda, Calzaturificio SeymechamLou, CIMAC, Kilometro Rosso, and MADE Competence Center I4.0. ◀



Image shows Yves Morin (left) and Sergio Dulio

primo piano
attualità

International Technical Footwear Congress-UITIC (19-22 settembre 2023)

Yves Morin passa il testimone a Sergio Dulio

► Il 21° Congresso mondiale dedicato alla tecnologia per l'area pelle, UITIC, è stato ospitato, per la seconda volta nella storia dell'evento, in Italia. È stato un evento importante, che ha confermato il ruolo dell'industria della calzatura, della pelletteria e della conceria nel contesto di un mercato globale. I temi trattati nel corso delle due giornate di lavoro, hanno permesso di sottolineare che l'impegno delle aziende deve essere nella direzione della sostenibilità e quindi dell'innovazione e della trasformazione digitale. L'occasione dell'evento è servita anche per rinnovare il Comitato Esecutivo di

UITIC: Yves Morin, dopo 13 anni di servizio come Presidente, ha lasciato il suo incarico e Sergio Dulio subentra come nuovo presidente del UITIC. Il suo compito principale sarà l'organizzazione del 22° Congresso che si terrà a Shanghai nel 2025. Sponsors di questo appuntamento, sono stati: Simac Tanning Tech, Apiccaps, Banca Generali, CTC, UNIC, LINEAPELLE, Arsutoria School, Atom, Main Group, Avantium, Shoe Master, Expo Riva Schuh & Gardabags, Brustia-Alfa Meccanica, Gusbi, Comelz, Industrie Chimiche Forestali e Banco Desio.

Media partners: Alternativa Moda, Apparel, Arsutoria, China leather, Footwearbiz.com, Indian Leather, ILM, International Technology, La Conceria, Leather & Luxury, Leather Age, Leather Fashion Design, Style, Calzado, Serma.net, StepTechnik, Style America, Tecnica del Calzado, Turkish Leather Shoes and World Footwear. Aziende coinvolte: Industrie Chimiche Forestali, Tessitura Langè, Tacchificio Villa Cortese, TFL, Calzaturificio Roveda, Calzaturificio SeymechamLou, CIMAC, Kilometro Rosso and MADE Competence Center I4.0.



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



ITALIAN FASHION DAYS IN KOREA - July 18 - 20, 2023

An appointment with the Korean retail



► Figures up and a new location – It was an edition with an excellent turnout of Korean retail's operators and positive feedback on their collections for the 53 Italian brands that participated in the "Italian Fashion Days in Korea" (18 - 20 July, 2023) at the new Coex location in Seoul. The three-day event recorded

over 700 operators, almost double compared to the last summer edition, proving the fact that the Korean market is very receptive to Italian brands and that the show format works. In fact, the companies' 'in-presence' participation enables to give a unified image of Made in Italy, with a balanced showcase of clothing,

fur, footwear and leather goods, thanks also to the several partnerships established. Furthermore, the new Coex headquarters, in the heart of Gangnam – where the most important players in the fashion sector are based – proved to be the right choice as a location type, both in terms of positioning and accessibility. "Great satisfaction with the results achieved," says Alberto Scaccioni, CEO of Ente Moda Italia: "This edition recorded an excellent increase in both buyers and participating companies, a clear sign that the new location choice worked very well. In addition to the many positive feedback received, we also recorded aspects of improvement, which will be useful for the event next editions."

The next edition of the Italian Fashion Days in Korea will be held on 31st of January until the 2nd of February, 2024 still at the new COEX exhibition spaces. ◀

primo piano
fiere

ITALIAN FASHION DAYS IN KOREA - 18 al 20 luglio 2023

Appuntamento con il retail coreano

► Numeri in crescita e nuova location: per i 53 brand italiani che hanno partecipato agli "Italian Fashion Days in Korea" – dal 18 al 20 luglio 2023 presso la nuova location Coex di Seoul – è stata un'edizione con un'ottima affluenza di operatori del retail coreano e riscontri positivi sulle loro collezioni. Nei 3 giorni della manifestazione sono stati registrati oltre 700 operatori, quasi il doppio rispetto alla scorsa edizione estiva, a conferma del fatto che il mercato coreano è molto ricettivo verso i brand italiani e che il format del salone funziona.

La partecipazione fisica delle aziende permette infatti di dare un'immagine unitaria del Made in Italy, con una presenza equilibrata di abbigliamento, pellicceria, calzature e pelletteria, grazie anche alle numerose partnership attivate. Inoltre la nuova sede di Coex, nel cuore di Gangnam – dove hanno sede i più importanti player del settore moda – si è rivelata la scelta giusta come tipologia di location, sia per il posizionamento che per la raggiungibilità. "Una grande soddisfazione per i risultati raggiunti", afferma

Alberto Scaccioni, amministratore delegato Ente Moda Italia: "In questa edizione abbiamo registrato un ottimo incremento sia di buyer che di aziende partecipanti, segno evidente che la scelta della nuova location ha funzionato molto bene. Oltre ai tanti feedback positivi arrivati, abbiamo registrato anche degli aspetti di miglioramento, che saranno utili per le prossime edizioni della manifestazione". La prossima edizione degli Italian Fashion Days in Korea sarà dal 31 gennaio al 2 febbraio 2024, sempre presso i nuovi spazi espositivi di COEX.



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



A new generation of metal items.





► The 102nd edition of LINEAPELLE represents an actual beacon in the context of a challenging economic situation, characterized by a widespread slowdown and a limited possibility of defining production and commercial schedules. The event, which proved to be the most important exhibition devoted to the global fashion,

luxury, and design supply chain, hosted 1,330 exhibitors and welcomed a number of professional operators increasing by 25% compared to the September 2022 edition; visitors from Italy increased by +26 %, while those from abroad (arriving from 109 countries) recorded +22%; particularly briskly those from France, and worth mentioning those from China, Japan, and South Korea, who confirmed a reassuring return of Asian buyers to the fair. "All of the LINEAPELLE 102 exhibition sectors - commented president Gianni Russo - proved to be quite viable. Creativity, ability to involve and

stimulate the various operators were the strength of a show whose international leadership cannot be questioned and is even more strengthened after this edition."

Also on this occasion, LINEAPELLE reiterated the value of the exhibition synergy with Simac Tanning Tech, simultaneously running at Fiera Milano Rho: a synergy that involved overall 28,000+ visitors.

The 103rd edition of LINEAPELLE (Spring/Summer, 2025) will take place on 20th to 22nd of February 2024, still in the spaces provided by Fiera Milano Rho. ◀

primo piano
fiere

LINEAPELLE conferma la propria leadership tra le fiere internazionali del settore

Tornano i buyer asiatici

► L'edizione 102 di LINEAPELLE rappresenta un vero e proprio faro nel contesto di una complessa fase congiunturale, caratterizzata da una diffusa condizione di rallentamento e da una limitata possibilità di definire programmi produttivi e commerciali.

La manifestazione, che si conferma il più importante salone espositivo riservato alla filiera globale della moda, del lusso e del design, ha ospitato 1.330 espositori e accolto un numero di operatori professionali in aumento del 25% rispetto all'edizione di settembre 2022: +26% i

visitatori italiani, +22% quelli provenienti dall'estero, in arrivo da 109 Paesi, con un particolare dinamismo di quelli provenienti dalla Francia e da Cina, Giappone e Corea del Sud, a conferma del rassicurante ritorno in fiera dei buyer asiatici.

"Tutti i settori espositivi di LINEAPELLE 102 - commenta il presidente Gianni Russo - hanno dato prova di notevole vitalità. Creatività, capacità di coinvolgere e stimolare i vari operatori sono stati i punti di forza di un salone la cui leadership internazionale non può

essere messa in discussione ed esce ancor più rafforzata dopo questa edizione".

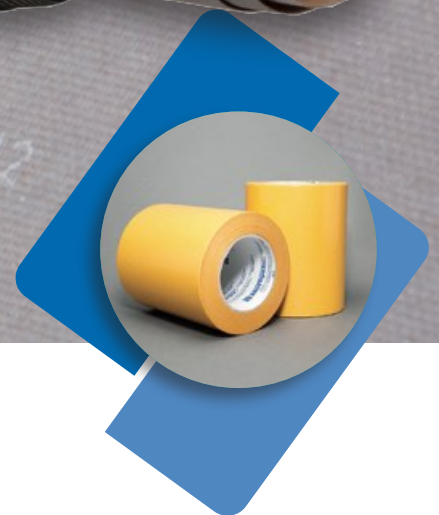
Anche in questa occasione LINEAPELLE ha ribadito il valore della sinergia espositiva con Simac Tanning Tech, svoltosi in concomitanza a Fiera Milano Rho: una sinergia che ha coinvolto, in totale, oltre 28.000 visitatori.

La prossima edizione di LINEAPELLE, la numero 103 (stagione Primavera-Estate 2025), si svolgerà dal 20 al 22 febbraio 2024 sempre negli spazi di Fiera Milano Rho.



PRESSURE SENSITIVE TAPE SOLUTIONS THAT STICK OUT FROM THE REST

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



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



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



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

Another success for Simac Tanning Tech – 6,500+ visitors, out of which 40% from abroad

Increasingly stronger the call of technology



► The most important global event dedicated to the footwear, leather goods, and tanning sectors technology has closed its doors recording growing numbers on all fronts.

In fact, the data recorded by the organizers and certified by the competent agencies indicates over 6,500 visitors

(+37%), including operators and delegations, of which approximately 60% from Italy and 40% from abroad. The number of exhibitors also increased, growing by 14% compared to last year; including companies and bodies involved in the sector, trade fair organizers, and service providers, 320 brands were present at the latest edition of Simac Tanning Tech, in line

with those recorded before covid.

On a fair surface of over 15,000 square meters, both Italian and foreign companies exhibited, representing countries, such as Turkey, France, Germany, Portugal, Brazil, Mexico, Spain, and Tunisia. Visitors came from almost 100 nations, among which there was a good presence of Asian operators. Thanks to the firm collaboration with ITA-Agenzia, the Simac Tanning Tech fair benefited from the presence of 18 international delegations from Argentina, Brazil, Colombia, Ethiopia, India, Indonesia, England, Iran, Mexico, Pakistan, Paraguay, Poland, Romania, South Africa, Tunisia, Turkey, Uzbekistan, and Vietnam.

The appointment for the next edition of Simac Tanning Tech have been scheduled on 17th to 19th September, 2024, still in the spaces provided by Fiera Milano Rho. ◀

primo piano
fiere

Simac Tanning Tech archivia un altro successo: oltre 6.500 i visitatori, dei quali il 40% stranieri

Sempre più forte il richiamo della tecnologia

► La più importante manifestazione mondiale destinata alla tecnologia per il settore della calzatura, della pelletteria e della conceria, ha chiuso i battenti registrando numeri in crescita su tutti i fronti. I dati registrati dagli organizzatori e certificati dalle agenzie competenti, infatti, indicano oltre 6.500 visitatori (+37%), tra operatori e delegazioni, di cui circa il 60% italiani e il 40% stranieri. In aumento anche il numero degli espositori, cresciuto del 14% rispetto allo scorso anno: tra aziende, ed enti impegnati nel settore, organizzatori

di fiere e fornitori di servizi, sono stati 320 i brand presenti all'ultima edizione di Simac Tanning Tech, in linea con quelli registrati prima del covid. Sugli oltre 15 mila metri quadrati di fiera, hanno esposto sia aziende italiane sia straniere, in rappresentanza di paesi quali: Turchia, Francia, Germania, Portogallo, Brasile, Messico, Spagna, Tunisia. Quasi 100 le nazioni di provenienza dei visitatori, tra le quali si è registrata la buona presenza di operatori asiatici. Grazie alla consolidata

collaborazione con ITA-Agenzia, la fiera Simac Tanning Tech ha beneficiato della presenza di 18 delegazioni internazionali provenienti da Argentina, Brasile, Colombia, Etiopia, India, Indonesia, Inghilterra, Iran, Messico, Pakistan, Paraguay, Polonia, Romania, Sud Africa, Tunisia, Turchia, Uzbekistan e Vietnam.

Le date per la prossima edizione del Simac Tanning Tech sono state fissate dal 17 al 19 settembre 2024, sempre negli spazi di Fiera Milano Rho.

Sustainable and 100% Recycled Sewing Threads




GT POINT
100% FILATI MADE IN ITALY



A more than positive outcome for fashion events

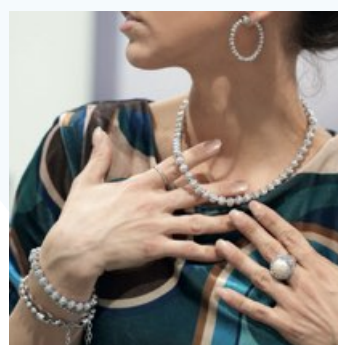
42,000+ registered visitors



► The trade fairs dedicated to fashion and accessories, held either simultaneously or one after the other in Milan last September, closed with excellent results. MICAM Milano, MIPEL, The One Milano, and HOMI Fashion&Jewels Exhibition were visited by 42,273 professional operators (+21% compared to the September 2022 edition) from 129 countries. The shows mostly intercepted the strong dynamism of foreign buyers, proving the importance of exports for consolidating the recovery of the sectors represented. The final data from the events highlight an excellent trend

in visitors from Spain, France, and Germany; on the non-EU front, China's great return and confirmations from Japan and North America (Canada and the United States). 2,000 were the brands showcasing their collections for the next season featuring a high commitment towards

research and innovation, quality and a strong propensity for sustainability. Young people, the lifeblood of continuously evolving sectors, were once again the protagonists of all the events thanks to initiatives and dedicated special areas. Creativity, talent, research into materials and production technologies, but also attention to the changing world of fashion, featured the new designers' creations. Also plenty were the opportunities to meet and discuss the most interesting topics for the sector, from sustainability to artificial intelligence, new production techniques to the future of retail. ◀



primo piano
fiere

Bilancio più che positivo per le manifestazioni della moda

Oltre 42.000 i visitatori registrati

► Hanno chiuso con eccellenti risultati le manifestazioni fieristiche dedicate alla moda e all'accessorio che si sono svolte, in contemporanea, o di seguito l'una all'altra, a Milano, in settembre. MICAM Milano, MIPEL, The One Milano e HOMI Fashion&Jewels Exhibition, sono state visitate da 42.273 operatori professionali (+21% sull'edizione settembre 2022) provenienti da 129 Paesi. I saloni hanno intercettato soprattutto il forte dinamismo dei buyer esteri, testimoniando l'importanza dell'export per il consolidamento della

ripresa dei comparti rappresentati. I dati conclusivi delle manifestazioni evidenziano un ottimo andamento dei visitatori provenienti da Spagna, Francia e Germania; sul fronte extra UE grande ritorno della Cina e conferme dal Giappone, dal Nord America con Canada e USA. 2000 i brand che hanno presentato le loro collezioni per la prossima stagione caratterizzate da alto impegno nella ricerca e innovazione, qualità e una forte propensione alla sostenibilità. I giovani, linfa vitale per settori in continua evoluzione, sono stati ancora

una volta protagonisti di tutte le manifestazioni grazie a iniziative e aree speciali dedicate. Estro, talento, ricerca nei materiali e nelle tecnologie produttive, ma anche attenzione al mondo della moda che cambia, hanno caratterizzato le creazioni dei nuovi designer. Non sono mancate anche occasioni di incontro e di confronto sugli argomenti più interessanti per il settore, dalla sostenibilità all'intelligenza artificiale, dalle nuove tecniche produttive al futuro del retail.

PRODOTTI ALFA

BONDED LEATHER SINCE 1958

From Fashion To Forniture

Bonded Leather Can Be Used In Different Application Areas



Natural Alternative to Leather

100% Recycled



24 fashion
show

MICAM

From 17 to 20
September 2023



woman



MI

LANO



Fair

Emerging Designers



October
2023

MICAM

**NEXT
EDITION**

From 18 to 21
February 2024



man



MI

LANO

Fair

Emerging
Designers



October
2023

Selasti – In the compact material domain the innovation is called SPRINT

The material that did not exist



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

capable of synthesizing the highest technical characteristics, including primarily lightness and physical-mechanical performances.

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

This innovation is a new chapter in Selasti's history. Founded as a company specialized in the production of EVA-based expanded materials, the company now deals with multiple product types, sharing and collaborating with the most

prestigious fashion brands, with which it has developed a unique, so far missing product. All while complying with sustainability. SPRINT follows the introduction of G SIDE, an EVA compound which is the latest proposal in the recycled material domain.

G SIDE, in fact, is a line of compounds that enables to use, in sole production, the maximum percentage of recycled material, without neglecting the aesthetic and technical aspects of the finished product. Until now, shoes made with recycled materials aimed at reducing the environmental impact, but had to trade-off in terms of color choice. Thanks to G SIDE, this limit has been removed. In fact, it is now possible to choose a recycled material even in the monochromatic version. Selasti laboratory research efforts and consistent experimentation enabled to obtain the quality standards of the other items, creating a recycled material completely monochromatic, not only on its surface but also inside. G SIDE can be used for the production of both heel and wedge-heel sheets, or in the injection version of the ELITE line (G SIDE-E). The company's goal of decreasing the amount of waste

primo piano materiali

Selasti: si chiama SPRINT l'innovazione nel mondo dei materiali compatti

Il materiale che non c'era

► Selasti, un nome che da oltre 50 anni è sinonimo di eccellenza nella produzione di materiali espansi a base di E.V.A., ha messo a punto un prodotto destinato a lasciare un'impronta nel mondo dei materiali compatti. Si tratta di SPRINT, primo articolo "Eva Free" dell'azienda, una novità capace di sintetizzare in un solo prodotto le più elevate caratteristiche tecniche, tra le quali la leggerezza e le prestazioni fisico-meccaniche figurano ai primi posti. Uno dei punti di forza distintivi di questo materiale, infatti, è il suo peso specifico: circa la metà dei prodotti simili presenti sul mercato. Questo significa

che SPRINT, nonostante sia un compatto, assicura un notevole alleggerimento del prodotto finito, senza compromettere le caratteristiche di resistenza e flessibilità.

SPRINT è utilizzabile sia come battistrada sia come suola, in entrambi i casi contribuisce ad elevare il comfort della calzatura. Il target di riferimento è il mondo della moda: in particolare il designer, il calzaturificio e il suolificio. Settori, questi, che fino ad ora sono stati prerogativa dei materiali compatti tradizionali (TR, TPU, Gomma) e per i quali SPRINT rappresenta l'alternativa, in quanto si possono realizzare

suole dai volumi importanti, con le più elevate caratteristiche fisico meccaniche ed estetiche, grazie anche alla perfetta definizione che si ottiene del battistrada. Questa novità rappresenta un nuovo capitolo nella storia di Selasti, che, nata come azienda specializzata nella produzione di materiali espansi a base E.V.A., oggi si confronta su più tipologie di prodotto, dialogando e collaborando con i brand più prestigiosi del fashion, con i quali ha messo a punto un prodotto unico, che manca. Il tutto nel rispetto della sostenibilità. SPRINT segue la presentazione di G SIDE, un compound in E.V.A. che

material and reducing the volumes of processing waste has led to optimizing the production cycle and giving a concrete response in terms of environmental sustainability. The new compound production cycle occurs entirely within the company's plant; it starts from the grinding of the recycled vulcanized product, then it goes ahead, step by step, with the different treatment phases. The goal is to obtain a material that can be put back into the production cycle, which is reliable in all respects, including chemical-physical stability. The result of a constant commitment to research and major investments in the development of new types of materials and related applications, G SIDE can guarantee a use of recycled E.V.A amounts around 55-63% to the virgin polymer bulk. ◀

rappresenta l'ultima proposta nel mondo dei materiali riciclati.

G SIDE, infatti, è una linea di compound che permette di utilizzare la massima percentuale di materiale riciclato nella produzione della suola, senza perdere di vista l'aspetto estetico e tecnico del prodotto finito. Fino ad ora, una scarpa realizzata con materiale riciclato si proponeva di ridurre l'impatto ambientale, ma doveva venire a compromessi con una limitazione nella scelta di colori. Con G SIDE questo limite è stato superato. Oggi, infatti, è possibile scegliere un materiale riciclato anche in versione monocolore. Grazie al lavoro di ricerca e alla continua sperimentazione del laboratorio Selasti si è riusciti a ottenere gli standard qualitativi degli altri articoli, realizzando un materiale riciclato che è completamente monocolore, non solo in superficie ma anche al suo interno.

G SIDE può essere utilizzato sia per la realizzazione di lastre a tacco che a zeppa, oppure nella versione a iniezione della linea ELITE (G SIDE-E). L'obiettivo aziendale di diminuire il quantitativo di materiale di scarto e di ridurre i volumi di rifiuti della lavorazione ha portato ad ottimizzare il ciclo produttivo e a dare una risposta concreta in termini di sostenibilità ambientale. Il ciclo di produzione del nuovo compound avviene completamente all'interno del proprio stabilimento: partendo dalla macinatura del vulcanizzato di riciclo, si procede step by step alle diverse fasi del trattamento. L'obiettivo è quello di ottenere un materiale da rimettere nel ciclo produttivo, che sia affidabile sotto tutti gli aspetti, inclusa la stabilità chimico-fisica. G SIDE riesce a garantire l'utilizzo di quantitativi di E.V.A. riciclata del 55-63% sulla massa del polimero vergine.



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

The most recent

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



► ABITALIA

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

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

In recent years, the range of

reinforcement fabrics - ranging now from Jersey to very light cotton fabrics, to 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

Rassegna materiali 2023

I più recenti

► ABITALIA

Avviato il percorso per ottenere la certificazione di sostenibilità ambientale, Abitalia prosegue nello sviluppo di nuovi prodotti che rispettano gli standard imposti da una clientela composta prevalentemente dai brand più rappresentativi del fashion e in particolare del lusso. Tra i prodotti più innovativi presentati recentemente dall'azienda marchigiana figura la nuova linea di nastri con adesivo su una sola superficie e la linea dei nastri biadesivi.

La prima è prodotta impiegando materiali quali: cotone, nylon (leggero o pesante), nylon misto cotone, poliestere (leggero o ad alta tenacità), carta (crespa o liscia), lanavetro e tessuti non tessuti in fibre di diverso genere. I nastri biadesivi, invece, vengono realizzati in TNT tradizionale, in poliestere e in PVC. I collanti impiegati per adesivizzare i nastri sono: gli hot-melt, i base acqua, gli acrilici semplici o modificati, il lattice di gomma naturale o sintetica. Negli ultimi anni è stata ampliata anche la gamma dei tessuti di

rinforzo, che oggi spazia dai Jersey alle tele in cotone molto leggero, 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.

► TECNOGI

L'azienda, che ha intrapreso la strada della sostenibilità prima che questa diventasse uno dei

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

► TECNOGI

The company embraced sustainability before it became one of the economy's decisive drivers, and now the company introduces its renowned TALYN line in the ECO version – completely recyclable and GRS-certified, to international footwear and leather goods brands.

Innovation is represented by transforming clients' production and processing wastes into valuable resources. This enabled the launch of virtuous circular economy processes: TECNOGI pays for waste transport and the customer avoids sending it to landfills with the relative cost. The waste is then transformed into raw material, creating value and combining ecology and economy in the best possible way. Over the years, TECNOGI has invested huge amounts of capital in research, in order to design, develop and perfect technologies and production processes that allow the recycling of high percentages of waste. The project was completely successful because the products of the TALYN ECO line feature high quality standards, with



mechanical and application performance identical to those made with fresh raw materials, fully achieving the goal of getting the GRS certification with uncompromising quality.



driver determinanti dell'economia, presenta ai brand internazionali della calzatura e della pelletteria la sua famosa linea TALYN nella versione ECO, completamente riciclabile e certificata GRS. L'innovazione è rappresentata dalla trasformazione degli scarti produttivi e degli scarti di trasformazione da parte dei clienti, in risorse di valore economico. Ciò ha consentito l'avvio di virtuosi processi di economia circolare: TECNOGI paga il trasporto degli scarti e il cliente ne evita il conferimento in discarica con il relativo costo. Lo scarto si trasforma quindi in materia prima, creando

valore e coniugando nel modo migliore ecologia ed economia. TECNOGI ha investito negli anni ingenti risorse economiche nella ricerca per progettare, sviluppare e perfezionare tecnologie e processi produttivi che consentissero il riciclo di elevate percentuali di scarto. Il progetto ha avuto pieno successo perché i prodotti della linea TALYN ECO hanno standard qualitativi elevatissimi con performance meccaniche ed applicative identiche a quelli realizzati con materie prime vergini, raggiungendo in pieno l'obiettivo di ottenere la certificazione GRS con una qualità senza compromessi.

► SOLLINI

Seguendo l'evoluzione del mercato la Sollini Gino, azienda commerciale che opera nel settore dell'area pelle, prosegue sulla strada della internazionalizzazione. È una scelta importante, che parte da lontano e vede l'azienda di Fermo (Marche) impegnata ad espandere la sua presenza oltre i confini dell'Italia. In particolare in Europa, dove oggi è presente con proprie filiali in Portogallo, Romania, Albania e Bulgaria. Per ottimizzare il processo di crescita, però, il percorso passa obbligatoriamente dalla fidelizzazione del cliente: un

**International
Technology**

October
2023

SOLLINI

Following the market evolution, Sollini Gino – a company operating in the leather sector – keeps going on the path of internationalization. This is a major choice, which starts from afar and sees the Fermo-based (in the Marche region) company committed to expanding its presence abroad, particularly in Europe, where it owns now branches only in Portugal, Romania, Albania, and Bulgaria. In order to optimize the process growth, though, it is essential for the company to foster customers loyalty; a long journey that must be done step by step, in which the vastness of the offer and the product 'selection' become fundamental. To respond to these needs, Sollini Gino has created the SOLLINI+ brand, which actually enters the company's catalogue and represents a selection of tested, reliable and extremely competitive products to offer to its customers. The 'FILO SOLLY BOND' is one of the new entries in the SOLLINI+ brand products: three-ply yarn in nylon (100%



polyamide), made with an innovative process that has not yet been adopted on the market. The advantages of the new bonding technique (i.e. making the product like a single-ply item) are many: the yarn does not contain any added chemical agent, the yarn remains similar to a three-ply both in terms of softness and roundness, and the product mechanical strength is particularly high; as a result, the needle and the mechanical part (Crochet) wear is greatly reduced. 'LAP-FOAM EXTRA STRONG' is another SOLLINI+ branded item, a fabric suitable for Strobel processing. Soft and chemical-free, LAP-FOAM EXTRA STRONG improves the comfort of footwear and ensures high resistance to mechanical stress. Its technical features make it also suitable for the production of sports shoes

and sneakers. This fabric can be coupled easily to foams. Coming soon is also a GRS version. Still under the SOLLINI+ brand, Sollini Gino offers 'SINTETICO ECOLINE', a polyurethane cover spread on a microfibre textile support base. Compatible with 'Vegan' products, this cover is fully compliant with the REACH legislation.

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



primo piano materiali

cammino lungo, che va fatto step by step, nel quale la vastità dell'offerta e la "selezione" dei prodotti diventano fondamentali. Per dare una risposta a queste esigenze, la Sollini Gino ha creato il marchio SOLLINI+, un brand che entra di fatto nel catalogo dell'azienda e rappresenta una selezione di prodotti, testati, affidabili ed estremamente competitivi da offrire ai propri clienti.

Tra le new entry di prodotti a marchio SOLLINI+ figura il FILO SOLLY BOND: filato tre capi in nylon (Poliamide 100%), realizzato con una procedura innovativa che non è ancora

adottata sugli articoli in commercio. I vantaggi della nuova tecnica di bonderizzazione (cioè di rendere il prodotto come un capo unico) sono molteplici: il filato non contiene nessun agente chimico aggiunto, il filato resta simile ad un tre capi sia in termini di morbidezza che in termini di rotondità, la resistenza meccanica del prodotto è particolarmente elevata: l'usura dell'ago e delle parti meccaniche (Crochet) viene molto ridotta. Un altro articolo a marchio SOLLINI+ è LAP-FOAM EXTRA STRONG: si tratta di un tessuto indicato per la lavorazione Strobel. Morbido e privo di prodotti

chimici, LAP-FOAM EXTRA STRONG migliora il comfort delle calzature e garantisce un'elevata resistenza alle sollecitazioni meccaniche. Grazie alle sue caratteristiche tecniche è indicato anche per la produzione di calzature sportive e sneakers. Il tessuto può essere accoppiato facilmente alle schiume. Prossimamente sarà presentata anche la versione GRS, Sempre a marchio SOLLINI+ la Sollini Gino, propone SINTETICO ECOLINE: una fodera in poliuretano spalmato su una base di supporto in microfibra tessile. Compatibile con i prodotti "Vegani", questa fodera



► 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.



è perfettamente in linea anche con la normativa imposta dal Reach. Progetto e prodotti della prima gamma SOLLINI+ saranno presentati al prossimo Lineapelle Winter 24-25 a Milano 19-21 settembre. La gamma di questi articoli è destinata ad ampliarsi con l'obiettivo di avere una proposta ampia e affidabile, che risponda ai bisogni e alle aspettative di una clientela sempre più esigente e preparata.

► 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 questi nelle prime posizioni figura certamente la ricerca.

Un impegno, quest'ultimo, che da sempre ha coinvolto la Luigi Carnevali, azienda specializzata nella produzione di materiali di rinforzo per il settore della calzatura e della pelletteria.

Tra le sue ultime proposte figurano

nuove linee di prodotti nei quali prevale l'aspetto green, grazie a l'impiego di fibre riciclate e di collanti eco compatibili. Tra gli articoli sostenibili figura anche una microfibra di ultima generazione, molto morbida, piacevole al tatto e facilmente lavorabile. La Luigi Carnevali, però, prosegue con costanza nel ricerca di prodotti innovativi e le sue proposte spaziano tra le più disparate soluzioni: grazie alla stretta collaborazione con fornitori e clienti, infatti, si stanno sperimentando nuove fibre naturali, tra le quali anche quelle ricavate dalla Canna di Bambù.

Punto di riferimento per il mercato

International
Technology

October
2023



► CT POINT

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

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

responsibility path by joining the 4sustainability roadmap, i.e. Process Factory's sustainable fashion brand.

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

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

100% recycled polyester, GRS certified, such as the EcoGreen line, (sewing threads and high tenacity polyester braids, which are produced recycling post-consumer plastic waste), or the PFC FREE (Perfluorocarbons) line in the waterproof version, both in the polyester and polyamide yarns, and solvent-free version in the Bonding line, both in the single-ply and three-ply yarn.

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



primo piano materiali

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

I fornitori devono essere relativamente vicini alla propria sede operativa, garantire la tracciabilità delle materie prime e assicurare tempi di produzione che permettano, tra i molti aspetti considerati, la riduzione reale dell'impatto ambientale. La Carnevali fornisce la documentazione di questo impegno, mettendo a disposizione del cliente

i risultati dei test di laboratorio e tutte le certificazioni necessarie a confermare la qualità e la conformità alle diverse normative internazionali.

► CT POINT

L'azienda prosegue nel percorso della sostenibilità e della digitalizzazione destinando a questo obiettivo risorse importanti dei propri investimenti. Infatti dopo aver calcolato la propria Corporate Footprint, in collaborazione con Quantis, ed essersi impegnata con la Science Based Target initiative per la riduzione del 50% delle proprie emissioni di gas serra entro il

2030 per Scope 1, 2 e 3, in linea con lo scenario del mantenimento dell'aumento delle temperature al di sotto di 1.5° C, l'azienda abruzzese continua nel suo percorso concreto di responsabilità ambientale e sociale attraverso l'adesione alla roadmap 4sustainability, il marchio della moda sostenibile di Process Factory. In linea con la sua mission, l'azienda compie un ulteriore passo in avanti, utilizzando a partire da gennaio 2022 nei propri stabilimenti produttivi soltanto energia green certificata derivante 100% da fonte rinnovabile. Grazie a questa transizione CT Point sarà in grado di ridurre del 70% le



► PRANEM

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

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

come from clothes and furnishings destined for landfills.

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



proprie emissioni per Scopel 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 trece in poliestere ad alta tenacità, che vengono prodotti utilizzando il riciclo di rifiuti plastici post-consumo), o ancora la linea PFC FREE (Perfluorocarburanti) nella versione Water proof, sia nel filato poliestere che poliammide, e Solvent free nella linea Bonding, sia nel

filato monocolore che nei tre capi. L'azienda abruzzese, inoltre, è impegnata verso la transizione digitale propria dell'industria 4.0.

► PRANEM

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

di fibre riciclate dei tessuti usati, si prestano alla produzione di intersuole destinate alla calzatura di sicurezza.

Le prestazioni tecniche di questi componenti non si differenziano da quelle garantite dai migliori prodotti tradizionali, sia in fase di cucitura sia in fase di montaggio. Va precisato anche che tutti i materiali per intersuola prodotti da PRANEM utilizzano fibre riciclate che si suddividono in due categorie, pre e post-consumo. Per gli articoli standard le fibre pre-consumo provengono da scarti di lavorazioni della filiera tessile, ossia dalle fasi di produzione dei filati e

International
Technology

October
2023

► MLM MAZZOLA

The magnetic snaps an accessory increasingly in use in the production of bags, produced by MLM MAZZOLA in an infinite number of variations which include the many different finishes and thicknesses to the different customizations requested by the clients. The most recent proposals of magnetic snaps are intended for a high-end range: these accessories are renewed both from a technical stand-point and the styling. The new magnetic snaps branded MLM Mazzola are available in many different sizes and are constructed with a double magnet that allows self-centering; very strong magnets are used and



stand out by the thickness that can be really reduced compared to the traditional standards. The transparent lacquer ensures the highest protection from scratches and weather aggression. It should also be remembered that MLM has long been a licensee of the American ROMAG®, which holds a particular International patent right for magnetic snaps. In collaboration with the

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



primo piano materiali

dei tessuti. Nel caso di Recy 2020 e Safety multicolor; invece, le fibre post-consumo provengono da abiti e arredamenti destinati alla discarica. L'aspetto multicolore che distingue i nuovi articoli, che varia da un lotto di produzione all'altro in ragione della variabilità dei tessuti utilizzati nelle fasi di riciclo, è la caratteristica che definisce l'impronta sostenibile del materiale impiegato.

► MLM MAZZOLA

La chiusura magnetica, accessorio sempre più in uso nelle produzioni di borse, viene prodotta da MLM MAZZOLA in un'infinità di

varianti che comprendono dalle più disparate rifiniture e spessori alle diverse personalizzazioni richieste dal cliente. Le più recenti proposte di chiusure magnetiche prodotte dall'azienda, sono destinate ad una fascia alta di gamma: si tratta di accessori rinnovati sia sotto il profilo tecnico sia per quanto concerne lo styling. Le nuove chiusure magnetiche firmate MLM sono disponibili con diametri di diverse misure; vengono costruite con un doppio magnete che permette l'auto centatura; montano magneti molto potenti e si distinguono per lo spessore che può essere veramente ridotto rispetto

agli standard tradizionali. La laccatura trasparente garantisce, inoltre, la più elevata protezione dai graffi e dall'aggressione di agenti atmosferici. Va ricordato anche che la MLM è da molti anni licenziataria della americana ROMAG®, la quale detiene un particolare brevetto internazionale proprio per la chiusura magnetica. In collaborazione con il prestigioso marchio statunitense, l'azienda italiana, inoltre, ha realizzato di recente una linea di chiusure magnetiche studiate appositamente per il mercato europeo, per il quale ha il mandato di esclusiva per la distribuzione.



BE PART OF THIS GAME

LINEAPELLE-FAIR.IT

LINEAPELLE
INTERNATIONAL LEATHER FAIR

SUMMER 25 • 20-22 FEBRUARY 2024 • FIERA MILANO RHO



► NEW STEP

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

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

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



primo piano materiali

► NEW STEP

Tra le proposte dell'azienda, che lavora in stretta collaborazione con i più prestigiosi brand della calzatura, figurano soluzioni tecniche capaci di rispondere a standard molto elevati della qualità. Il Fussbett è un componente fondamentale per la garanzia del comfort nelle calzature sportive, casual e ortopediche. Ma non solo! Le aziende specializzate nella produzione di questo componente, devono fornire un articolo in grado di rispondere alle più svariate variabili: sicurezza, resistenza alle sollecitazioni meccaniche e chimiche, senza tralasciare l'aspetto estetico.

Per la produzione dei Fussbett, New Step impiega PU a base acqua trattato con antibatterico, antimuffa e aggiunta di polvere di alluminio (additivo che permette di contenere il riscaldamento del piede). La miscelazione dei materiali sopra indicati è studiata per garantire: leggerezza, precisione anatomica, indeformabilità del materiale ed elevato grado antishock (densità e durezza da 35 a 60 Shore A).

► PRODOTTI ALFA

L'ultima linea di materiali presentati dalla PRODOTTI ALFA è contrassegnata dal marchio CORIUM®. Si tratta

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

► PRODOTTI ALFA

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

Furthermore, Corium® is 'Global Recycled Standard' certified and belongs with full rights to the range of sustainable materials.

Today, everyone is involved in the environmental sustainability, from the consumer to the producer; in particular, the first feeling the urge to contribute on this issue are the most renowned companies.

Careful interpreter of their needs, PRODOTTI ALFA is the best interlocutor of those who work and produce in different sectors: leather goods, footwear, bookbinding, furniture, and clothing.

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

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



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

CORIUM® painted and raw

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

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

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



è l'interlocutore privilegiato di chi lavora e produce in vari settori: pelletteria, calzatura, legatoria, arredamento e confezione.

Un ruolo conquistato grazie ai continui investimenti nello sviluppo di nuovi prodotti e alla stretta collaborazione con le aziende, sempre alla ricerca di nuovi materiali.

Proprio per rispondere alle loro esigenze nel 2015 la PRODOTTI ALFA presenta Corium®, un materiale che affianca alle elevate prestazioni tecniche, la semplicità di lavorazione tipica della classica pelle: come questa, infatti, può essere sottoposto alle diverse finiture (taglio, cucitura,

colorazione dei bordi, ritocchi della superficie) e alla stampa. Tra le novità dell'azienda figurano anche nuove finiture e caratteristiche tecniche che riguardano sia la linea tradizionale sia la linea a marchio Corium®: trattamento antimacchia, mano vellutata, elevata resistenza all'attrito, colori pieni e saturi.

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

Grazie all'impiego di vernici poliuretatiche all'acqua, conformi

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

**International
Technology**

October
2023



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

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



of toe puffs, counters and reinforcements whose elasticity is the main feature. It consists of a pure cotton matrix impregnated with latex in aqueous dispersion, then treated with a soft polyurethane coating process on both sides. The use of recycled natural powders in its preparation, deriving from renewable sources, is the feature that makes this product unique. This choice allows to reduce the use of chemicals and reuse materials that would otherwise be considered scrap. RICICLI features excellent moldability, superior elasticity and remarkable shape retention and inalterability over time. The performances offered by RICICLI are comparable to

those of composite textile materials which typically have a higher density and require a larger quantity of raw materials. A support containing 68% of recycled cotton and polyester fibers – which in turn are GRS certified – has been used for the making of RICICLI. In addition, recycled components deriving from natural materials from renewable sources were used, allowing to significantly reduce the presence of chemicals and synthetic materials in the finished product. RICICLI, which features an overall 31% of recycled material, has a GRS certification.



primo piano materiali

► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

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 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.

► DAVOS

Among the new offerings introduced by the company, there are products intended for the sneaker segment, such as the flagship item SPINAPESCE sheet, flanked by the always-popular TRISTAR, TRANSIT, CIRRUS, and MINICRPE materials. These designs distinguish the new generation of sheets by Davos. The material used for their production is the VI compound – a high-performance rubber that ensures excellent resistance to abrasion, great flexibility and a high grip. Davos has also developed the EVA/RUBBER compound, a material suitable for the production of thicker sheets (over 6 mm thick). It is used for the production of soles or midsoles, and the resulting product is light (density not exceeding 0.50), elastic, resistant to abrasion, and with an excellent grip value. It also features easy workability and an excellent bonding strength. An attentive interpreter of sustainability, the company has long since introduced a sustainable compound. This is a material that contains 51% recycled product. It is used for the production of soles, bands and for the ECO line: ECOTHUNIT, ECOTACK, ECOGRIPP, and ECOSOL.



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

VERDE BOSCO," and "BLU MEDIEVAL," in different shades and nuances, joined the classic colours.



► DAVOS

Tra le nuove proposte presentate dall'azienda figurano i prodotti destinati al mondo della Sneakers, tra i quali vi sono articoli di punta quali la lastra SPINAPESCE, affiancata da materiali sempre molto gettonati quali TRISTAR, TRANSIT, CIRRUS e MINICREPE: disegni che distinguono la nuova generazione di lastre firmata Davos. Il materiale impiegato per la loro produzione è la miscela VI: una gomma altamente performante che assicura ottima resistenza all'abrasione, grande flessibilità e un elevato grip. Davos ha messo a punto anche

la miscela EVA/GOMMA, un materiale indicato per la produzione di lastre con spessore più marcato (superiore ai 6 mm). Utilizzata per la produzione di suole o intersuole il prodotto che ne deriva risulta leggero (densità non supera 0,50), elastico, resistente all'abrasione e con un ottimo valore del grip. Inoltre è facilmente lavorabile e garantisce un'ottima tenuta dell'incollaggio. Attenta interprete della sostenibilità, l'azienda ha presentato già da tempo una miscela sostenibile. Si tratta di un materiale che contiene il 51% di prodotto riciclato. Il materiale è impiegato per la produzione di suole, fasce e per la linea ECO:

ECOTHUNIT, ECOTACK, ECOGRIPP e ECOSOL.

Uno dei punti di forza della Davos è anche la ricerca di nuove cromie e di finiture accattivanti: per la prossima stagione è stata messa a punto un'ampia gamma di colori, sia per la linea tunit che per quella in gomma. Alle tinte classiche, nelle diverse gradazioni e sfumature, infatti, si aggiungono i più ricercati "NERO," "GOLD," "BIANCO OTTICO," "ROSA BABY," "ROSSO SCURO," "VERDE BOSCO" e "BLU MEDIEVAL".

International
Technology

October
2023

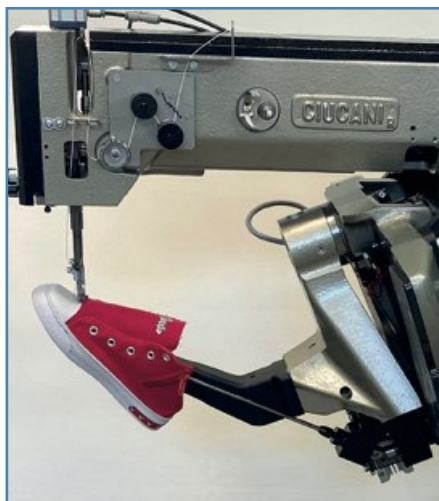
The latest

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

► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

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

processing (without the use of nails and reducing the glues to the bare minimum.) All the machines within the ISOLA system are designed to properly respond to the market demand for sustainable production cycles; for example, with this new production process, less machines, operational steps, and operators are required for the shoe assembly. In general, the Ring operating cycle allows significant savings in material and power cost, as well. With the



introduction of the MCF model, ISOLA system's production capacity, as far as footwear is concerned, is 230/250 pairs every 8 working hours.



primo piano tecnologia

Rassegna tecnologica 2023

Le più recenti

► CIUCANI MOCASSINO MACHINERY

L'azienda marchigiana ha perfezionato il suo sistema di produzione ISOLA, ampliando la gamma di macchinari presenti al suo interno con il modello MCF. La nuova configurazione del "Ring" permette la produzione di calzature e articoli di pelletteria nelle diverse fasce di qualità (incluso i top di gamma), e nelle più disparate linee: dalla sneaker, alle scarpe classiche da uomo, donna e bambino, nelle linee moccassino o a lavorazione Goodyear (senza l'utilizzo di chiodi

e riducendo i collanti al minimo indispensabile). Tutte le macchine presenti all'interno di ISOLA sono studiate per rispondere in modo opportuno alla richiesta del mercato di cicli produttivi sostenibili: ad esempio il montaggio della calzatura, che, con il nuovo processo di produzione, avviene riducendo il numero dei macchinari necessari, il numero delle fasi operative e anche il numero delle persone coinvolte nella produzione. Il ciclo operativo del Ring permette un significativo risparmio di materiale in genere e anche dei costi energetici. La

capacità produttiva di ISOLA, per quanto concerne la calzatura, con l'introduzione del modello MCF, è di 230/250 paia ogni 8 ore lavorative.

► ELITRON

L'azienda marchigiana, al Simac 2023, ha presentato una linea di macchine per il taglio della pelle e dei materiali in genere, progettate e costruite per rispondere in modo tempestivo alla esigenza del mercato in fatto di affidabilità tecnica, precisione di lavoro, semplicità d'impiego, riduzione

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



► ELITRON

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

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



► EUROMARCHE

The acquisition of Eurmeccanica Shoes enabled Euromarche to expand its range of machines devoted to sole factories and footwear manufacturers in general. Furthermore, the Marche-based company's industrial operation ensures the traditional customers of Eurmeccanica Shoes all the services required for smooth production processing: technical assistance, spare parts, consistent machinery upgrade, and – very important – technical/commercial consultancy aiming to optimize investments in production technologies.

The two machines recently showcased by Euromarche, the M14 and EC07S models,



M14

della manodopera e sostenibilità ambientale.

Tra le proposte dell'azienda, che contribuiscono ad ottimizzare il lavoro, la produzione e, non da ultimo, l'aspetto eco compatibile delle macchine, figura la nuova soluzione tecnica EPMS (Elitron Power Management System). Si tratta di un innovativo Kit tecnico che viene applicato sulle macchine Elitron, migliorandone le prestazioni e la funzionalità. In particolare, razionalizza il sistema di aspirazione in modo che le forze in gioco siano concentrate in aree specifiche del tappeto. Una soluzione che rappresenta un'importante

successo tecnologico, in quanto permette di ridurre dal 30 al 50% il consumo energetico dell'impianto. A partire da quest'anno, tutti gli impianti Elitron sono stati dotati del sistema EPMS.

► EUROMARCHE

Con l'acquisizione della Eurmeccanica Shoes, l'azienda ha ampliato la sua proposta di macchine per i suolifici e i produttori di calzature in genere. L'operazione industriale messa a punto dall'azienda marchigiana, inoltre, assicura ai tradizionali clienti della Eurmeccanica Shoes tutti i servizi che permettono

il regolare svolgimento della produzione: assistenza tecnica, parti di ricambio, costante aggiornamento dei macchinari e, molto importante, una consulenza tecnica commerciale che ha come obiettivo l'ottimizzazione degli investimenti in tecnologie per la produzione. Le due macchine presentate di recente da Euromarche, la M14 e la EC07S, sono proprio il risultato dell'aggiornamento al quale si è fatto cenno.

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

International
Technology

October
2023

are precisely the result of the aforementioned update. The first model is a machine that enables to perform a full-automated marking of soles in leather or other synthetic materials. The machine features an automatic centring system that enables to store the various



EC07S

centring and locking positions for each product to be processed, with reference to the cliché location. This feature allows to avoid production downtime, an issue normally existing with the manual repositioning (for each series of soles to be marked.) Furthermore, the stored database ensures the print correct positioning on same-series past items.

The M14 model can operate in line with other machines.

The EC07 S model is a flat sole (in leather or tunit) equalizer which uses the roughing and subsequent surface finishing method. This choice was made in the sake of precision. To better finish the surface, a grinding unit has been inserted for shaving the surface. This model, too can work in line with other machines.



MAIN GROUP TECHNOLOGIES

A plant for reintroduction of waste into the production cycle is at the core of the Veneto-based company; this includes the implementation, extension, and enhancement of the accessory range enabling a completely efficient recycling and seamless integration with the main Main Group machinery.

A further step in this direction is represented by the MGT ECOLINE® pulverization line, a new system that enables the transformation of PU, EVA or rubber production waste into powder, with a variable granulometry of 400 to 600 µm, resulting in a high-quality end product, suitable for many applications.

Today, an essential part of production enhancement is also the analysis of data, which production plants are increasingly capable of collecting and transmitting; for this purpose, Main Group has developed the Data-Lab division specialized in data management and in providing companies with tools to make

primo piano tecnologia

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

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

MAIN GROUP TECHNOLOGIES

Al centro della proposta dell'azienda veneta l'impianto per la reintroduzione degli scarti nel

ciclo produttivo: implementata, ampliata e perfezionata la gamma di ausiliari che permettono un riciclo completamente efficiente e una perfetta integrazione con i principali macchinari Main Group. Un ulteriore passo in questa direzione è rappresentato dalla linea di polverizzazione MGT ECOLINE®, il nuovo sistema che consente la trasformazione di scarti di produzione di PU, EVA o gomma in polvere, con una granulometria variabile compresa tra 400 e 600 millimicron, ottenendo un prodotto finale di alta qualità, utilizzabile in diverse applicazioni.

WE PLAN YOUR TRAVEL TO THE PERFECT SPLITTING

Lamebo
«SPLITTING» agency
since 1969



Team



Experience



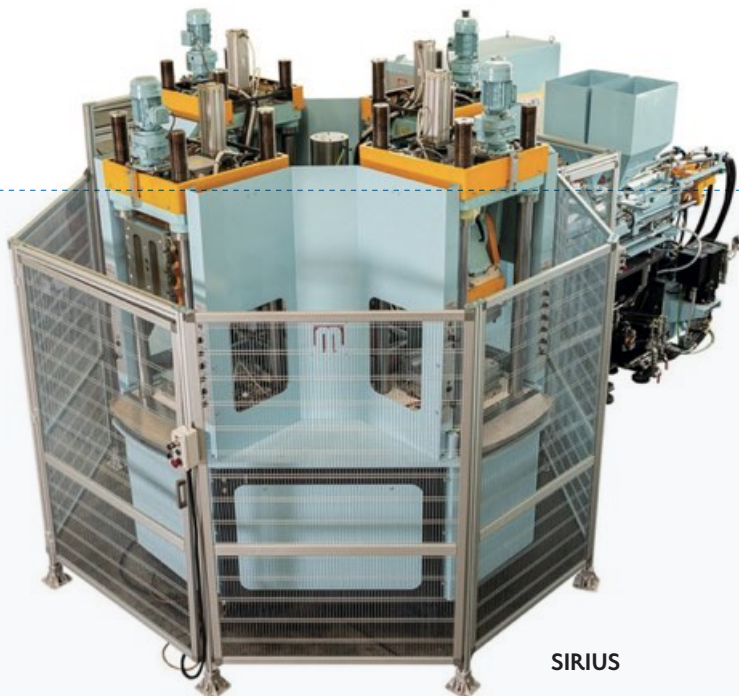
Service & Efficiency



Quality & Precision



their machines smart, meaning systems capable of transmitting the information necessary to improve quality, reduce costs, and schedule maintenance perfectly. In terms of efficiency and flexibility, Main Group completed its offering showcased at Simac Tanning Tech with Sirius, a new machine for the production of one- and two-colour footwear soles made in compact, expanded,



SIRIUS



MGT ECOLINE®

rigid, and super-expanded thermoplastic materials. Materials capable of combining the reliability of static machines with the high productivity of the rotary ones.



primo piano tecnologia

Anche l'analisi dei dati, che in misura sempre crescente gli impianti produttivi sono in grado di raccogliere e trasmettere, è oggi parte fondamentale dell'efficientamento della produzione: a questo scopo, Main Group ha sviluppato la divisione DataLab, specializzata nella gestione dei dati e nel fornire alle aziende strumenti per rendere le macchine dei sistemi intelligenti, capaci di trasmettere le informazioni necessarie per migliorare la qualità, ridurre i costi e pianificare la manutenzione. In termini di efficienza e flessibilità, la proposta per Simac Tanning Tech

di Main Group è completata da Sirius, la nuova macchina per la produzione di soles per calzature mono e bicolore in materiali termoplastici compatti, espansi, rigidi e super espansi. Materiali in grado di unire l'affidabilità delle macchine statiche all'alta produttività delle macchine rotative.

► RECES

L'azienda ha messo sul mercato la nuova montaboeite oleodinamica modello RC 81 4.0, per il montaggio a chiodi. Una macchina che permette la produzione di calzature da uomo, donna e

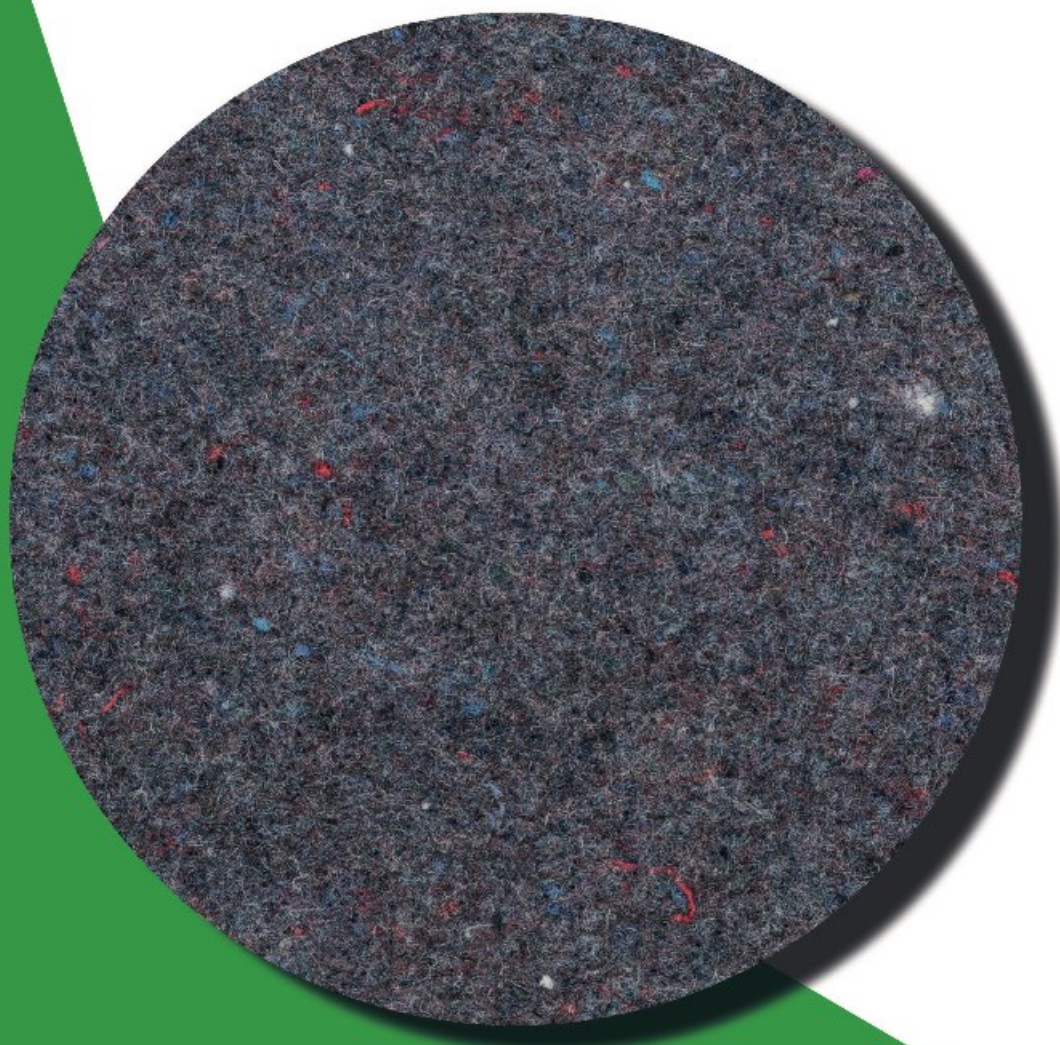
bambino, incluso lo stivale alto fino a 60 cm. Le caratteristiche operative del modello sono molte, e quasi tutte rappresentano un'evoluzione di quelle già adottate sulla precedente versione RC 81, dalla quale deriva. Non mancano però modifiche tecniche che la distinguono: il nuovo caricatore, l'inchiodatura differenziata per modello destro e sinistro, un impianto elettronico che controlla più passaggi operativi, e la funzione automatica (programmabile) "start and stop", che fa spegnere il motore dopo qualche minuto di inattività della macchina. Il

pranem

RECY 2020

**Per Intersuole ecosostenibili
Tessuto non tessuto realizzato
con 100% fibre provenienti da abiti usati
Anche in versione antistatico ESD.**

*For eco friendly midsole
Non woven fabric made with 100% fibers from used clothing
Also in ESD antistatic version*



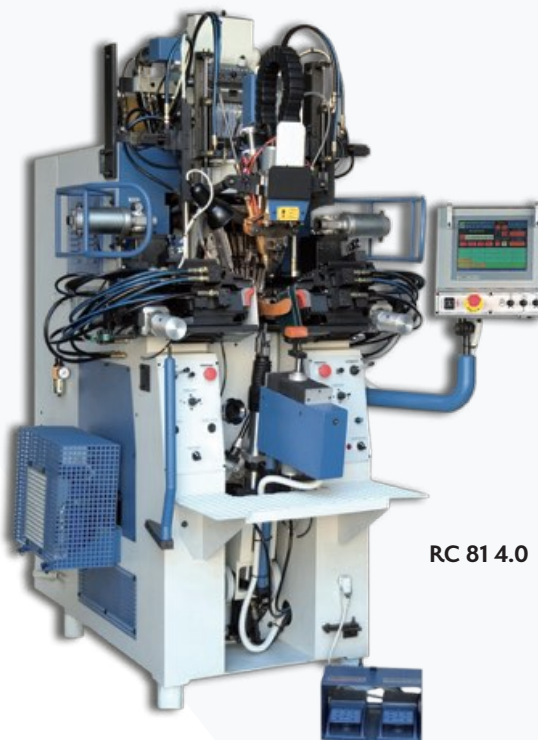
Tessuti, tessuti non tessuti, schiume, film, nastri PER CALZATURE

Fabric, non woven, foam, film, tapes FOR FOOTWEAR



► RECES

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



RC 81 4.0

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



primo piano tecnologia

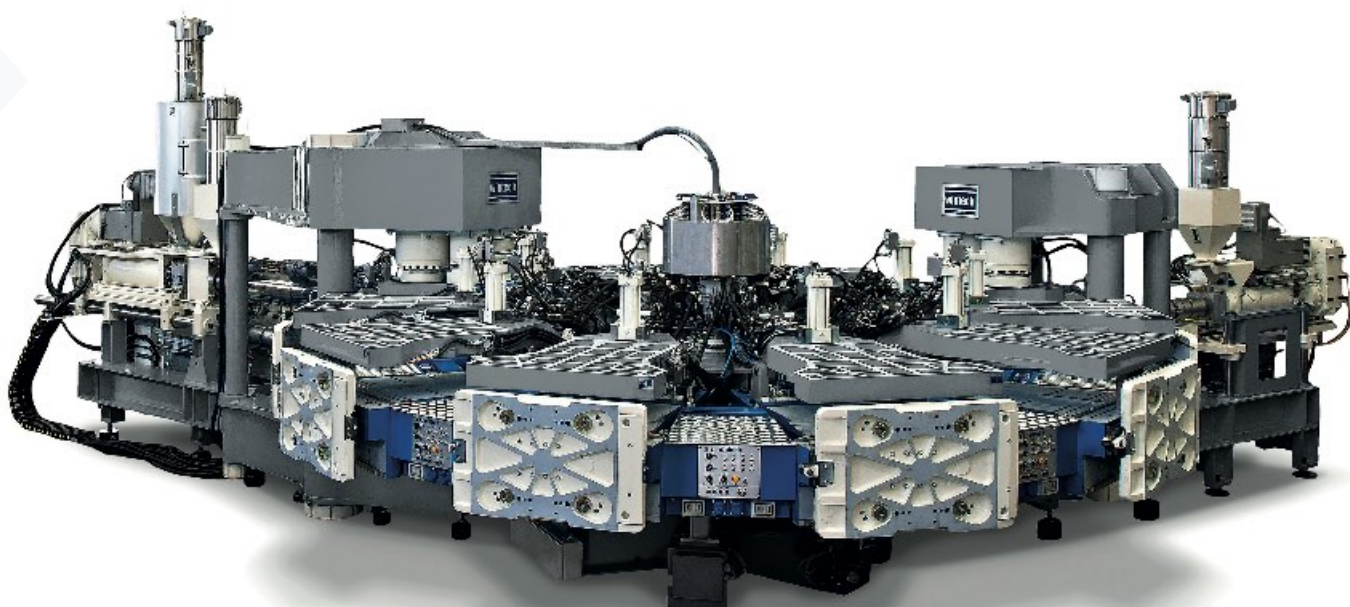
caricatore è stato costruito con 3 scomparti, in modo da contenere chiodi di diversa lunghezza, mentre la combinazione tra elettronica e impianto elettrico, grazie all'utilizzo di componenti elettrici a basso consumo energetico e di un più efficiente impianto oleodinamico, garantisce l'ottimizzazione delle diverse fasi operative e una significativa riduzione dei consumi energetici. Tra le caratteristiche che fanno del modello RC 81 4.0 una macchina di ultima generazione figurano anche un gruppo testa retrattile, i martelletti inclinati e la fase d'inchiodatura particolarmente silenziosa.

► WINTECH

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

Si tratta di impianti che coniugano l'alta produttività con il minore consumo energetico: un risultato reso possibile grazie ai nuovi sistemi elettrici/oleodinamici adottati. L'impiego di servomotori a velocità variabile, controllati tramite inverter; infatti, insieme ad altre soluzioni adottate, permettono l'abbattimento del 60% dei consumi energetici.

I nuovi servomotori adottati, inoltre, garantiscono molti altri benefici, quali ad esempio: l'eliminazione delle valvole proporzionali e delle pompe a portata variabile, la riduzione del volume del serbatoio olio del 50%. Grazie alla minor temperatura dell'olio in circolo si ottiene una maggior durata delle pompe stesse, dei cilindri idraulici e delle guarnizioni. Unitamente al minor riscaldamento ambientale. Efficienza, silenziosità e ottimizzazione del lavoro sono altri aspetti che caratterizzano le macchine della linea WLX,

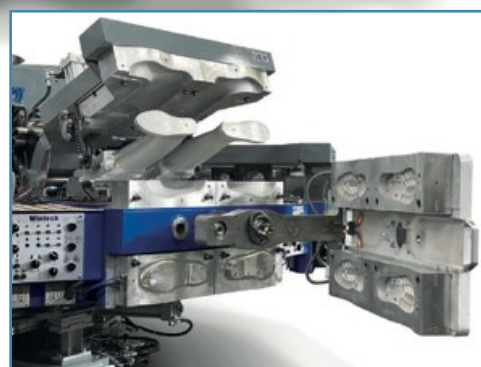


► WINTECH

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

These machines combine high productivity with lower energy consumption, and this was achieved thanks to the use of new electrical/hydraulic systems. In fact, the use of variable speed servomotors controlled by inverters, combined with other solutions, allow reducing the energy consumption by 60%. In addition, the new servomotors ensure a number of benefits, including the following: the elimination of proportional valves and variable displacement pumps, as well as the reduction of the

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



parameters, would have made impossible to get the desired results. Including the quality of the finished product."



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

► TEGO

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

La RM permette di eseguire l'operazione di rifilatura del manico: è dotata di un variatore di

velocità di trasporto a pedale e di un apparecchio per l'affilatura delle lame.

I modelli CM e CM-A, invece, sono stati studiati per la pressatura e sagomatura del manico con ricopertura già incollata. L'apparecchio CM, a funzionamento manuale, grazie alla presenza di 3 rulli sagomati prodotti nella misura desiderata, esegue il lavoro in modo semplice ed efficiente.

Il modello CM-A è la versione automatica per la pressatura e sagomatura del manico: rapida e precisa, la macchina permette una

**International
Technology**

October
2023

► TEGO

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

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

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

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

The **CM-A** model is the automatic version for handle crushing and shaping; the machine features a quick and

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

TEGO has also expanded its sewing machine line, introducing the **TEIGO BIC3**, **BIC4** and **TEIGO R20** models. This kind of special technology

is essential for the production of bags, suitcases or other specific items. In addition to operational functionality, TEGO has been focused on the material quality, while keeping the price below the market standard.

TEIGO BIC3 AND BIC4

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

The **BIC3** model is suitable for stitching with stitches very close to the edge (0-9 mm range); it features a double feed and a crochet with needle guard and



primo piano tecnologia

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, valige o altri particolari articoli. Oltre alla funzionalità operativa, l'azienda ha curato la qualità dei materiali impiegati e l'aspetto costo che è sotto lo standard di mercato.

TEIGO BIC3 E BIC4

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

Il modello BIC3, che può eseguire cuciture con punti (range di distanza da 0 a 9 mm) estremamente vicino al bordo, utilizza un duplice trasporto ed un crochet con salva ago e scarta-

cestello, per ottimizzare il lavoro anche se si impiegano filati molto pesanti.

Caratteristiche Tecniche

Testa di cucitura modello Adler 867, profondità utile del braccio mm 180 per la BIC3 e mm 300 per la versione BIC4. Altezza utile di lavoro mm 310 per la BIC3 e mm 390 per la BIC4: caratteristica che permette la cucitura di valigie e borse di dimensioni elevate.

TEIGO R20

Macchina a colonna (altezza mm 400 o 500) con crochet ad asse



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

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

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



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.

► COSMOPOL

Specializzata nella costruzione di macchine per la lavorazione della calzatura, in particolare della suola e per la stabilizzazione termica del prodotto, l'azienda vigevanese presenta due proposte tecniche che hanno avuto un ottimo riscontro anche in occasione del Simac Tanning Tech 2023. Si tratta dei modelli TENDER XI ed ELECTA-SI-D. Il primo è una smerigliatrice/sfioratrice di precisione per la lavorazione di suole

piane, tacchi, fascioni sagomati, articoli tecnici, parabordi in cuoio, pelle, gomma, PVC o similari. Le principali caratteristiche tecniche della TENDER XI sono le seguenti:

- Nastro abrasivo con sistema di tensionamento e sgancio pneumatico per una rapida sostituzione dello stesso. Aspetto, questo, che agevola l'utilizzo di nastri con grane diverse, in funzione del materiale da lavorare;
- Variatori di velocità sul nastro abrasivo e sul tappeto di trasporto permettono di raggiungere un giusto equilibrio tra la smerigliatura e la velocità di avanzamento;

International
Technology

October
2023

► COSMOPOL

Cosmopol, a Vigevano-based company specializing in the construction of footwear and sole processing machines and product thermal stabilization, introduces



TENDER XI



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

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



ELECTA SI-D

primo piano tecnologia

- *Pannello digitale per la gestione del ciclo operativo: è possibile memorizzare fino a 100 programmi di lavoro;*
- *Controllo digitale dell'altezza del tappeto di trasporto. Aspetto che permette una regolazione di precisione fino a 0.01 mm;*
- *Spazzola rotante per asportare residui di lavorazione mantenendo pulito il materiale;*
- *Inserimento del materiale, dai lati e dal frontale, studiato per agevolare la lavorazione di pezzi di grandi dimensioni;*
- *Struttura in alluminio e acciaio riciclabile al 100%, assemblate a*

freddo per ridurre del 70% l'uso di gas di saldatura e CO₂.

Mentre il secondo, ELECTA-SI-D, rappresenta la versione più sofisticata della più conosciuta ELECTA SI. Si tratta di una smerigliatrice/sfioratrice multifunzione per la lavorazione di suole in materiali sintetici, cuoio, gomma, PVC o pezzi similari eseguita per mezzo di un nastro abrasivo.

Caratteristiche principali della ELECTA SI e ELECTA SI-D
- Nastro abrasivo con sistema di tensionamento e sgancio pneumatico per una facile e rapida sostituzione

per l'utilizzo di grane diverse in base al materiale da lavorare;

- *Tensionamento del tappeto di trascinamento pneumatico che agisce su due dei tre rulli di trasporto;*
- *Pressione di lavoro pneumatica e regolabile;*
- *Inserimento del pezzo da lavorare manuale, lavorazione ed espulsione automatica;*
- *Variatore di velocità sul tappeto di trasporto;*
- *Spazzola rotante dopo la smerigliatura per asportare residui di lavorazione mantenendo pulito il materiale;*
- *Struttura in alluminio e acciaio*

WE CREATE YOUR FAV LEATHER MACHINES

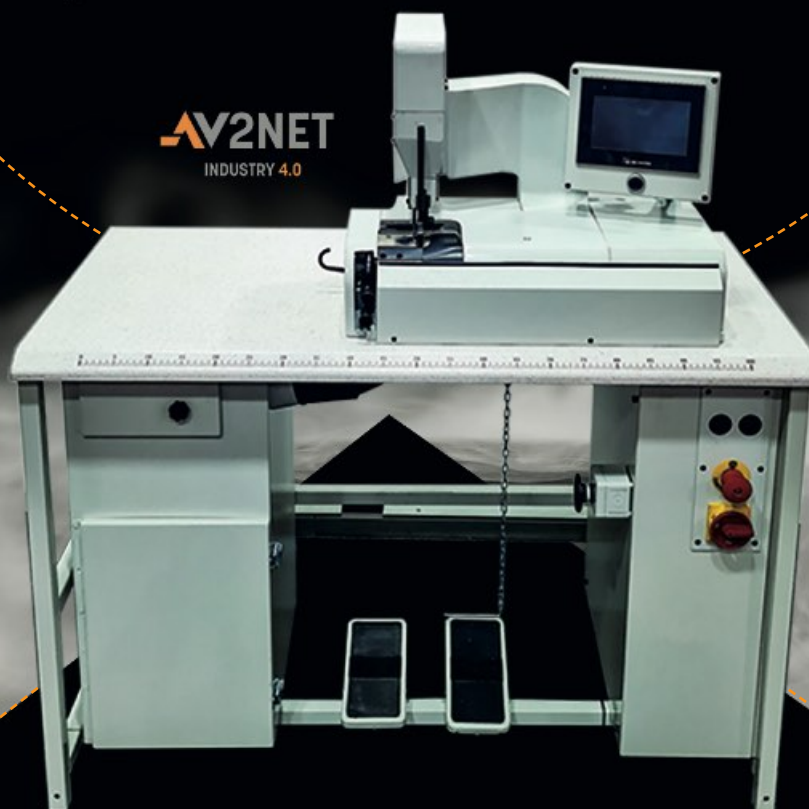


TERMO
SYSTEM

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

ELECTA S1

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

The second model, **ELECTA-SI-D**, is a more sophisticated version of the better known **ELECTA S1**. This is a multifunction, abrasive belt sander/grinder machine for processing soles made of synthetic materials, leather, rubber, PVC or similar pieces.

Here are the main features of the **ELECTA S1** and **ELECTA S1-D** models:

- Abrasive belt with pneumatic tensioning and release system for quick replacement, which allows for the use of various grit belts, depending on the material to be processed;
- Tensioning of the pneumatic conveyor belt acting on two of the three transport rollers;
- Pneumatic and adjustable working pressure;
- Manual insertion of the workpiece, automatic processing and ejection;
- Speed variator on the conveyor belt;
- Rotating brush after grinding to remove processing residues while keeping the material clean;
- 100% recyclable aluminium and



steel structure, cold assembled to reduce by 70% the use of welding gas and CO₂.

Features adding to the previous ones which differentiate the **ELECTA S1-D** version:

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



primo piano tecnologia

riciclabile al 100%, assemblata a freddo per ridurre del 70% l'uso di gas di saldatura e CO₂.

*Caratteristiche che si aggiungono alle precedenti e differenziano la versione **ELECTA S1-D**:*

- Variatore di velocità anche sul nastro abrasivo, oltre che sul tappeto di trasporto per permettere di raggiungere un giusto equilibrio tra la smerigliatura e la velocità di avanzamento;

- Pannello digitale di gestione e possibilità di memorizzare fino a 100 programmi di lavoro;

- Dispositivo smerigliatura sede tacco e sede mezza piantina.

► COMEC

Tra le diverse macchine realizzate dall'azienda veneta per la lavorazione di contrafforti, di sottopiedi di montaggio e altre parti della calzatura, figura anche il copiatore per matrici modello A/6: una macchina progettata e realizzata per la produzione delle matrici (in alluminio e altri materiali) che vengono abitualmente usate sulle macchine scarnitrici dei contrafforti.

La A/6, che sarà presentata al Simac 2023 nella sua ultima versione, è costituita da un albero sul quale viene collocata a destra la matrice campione e a sinistra

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

► COMEC

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

To be introduced at Simac 2023 in

its latest version, the model **A/6** comprises a shaft upon which the sample roller is placed on the right and the one to be machined on the left. The operator needs just to prepare the sample roller with a double-sided-tape-attached counter. The copying process will be performed by a tool, right to left. The **A/6** model features high-precision processing, ease of use, fast work execution, and duration over time.



The machine complies with CE regulations regarding safety and environmental compatibility.



► 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, **GL14-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.



► 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, **GL14-P**, è una pressa per placcare, fustellare e stampare sia la pelle che il cuoio e i materiale sintetici. La macchina è dotata di un carrello per la movimentazione automatica del piano porta pezzi per la placcatura (apertura a libro): la temperatura per il riscaldamento

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

dall'operatore grazie alla presenza di due pulsanti.

Dati Tecnici

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

International
Technology

October
2023

► PROFITS GROWING FOR INDITEX

Recording growth of profits by 40%, the fashion giant exceeds all analysts' expectations in the first six months of the current year. As of 31st of July, 2023, the Group recorded sales of 16.9 billion euro, with an increase of 13.5% compared to the same period of 2022. Operating income, which reached 3.2 billion euro, was improved by 30.2%, while net profit of 2.5 billion euro increased by 40.1%. The gross margin recorded a +58.2%. A plus sign also for



Óscar García Maceiras



EBITDA, which recorded 4.7 billion euro (+15.7%). About the results obtained, Oscar García Maceiras, CEO of Inditex, commented: "The creativity of the teams and the flexibility of the business, along with proximity sourcing, allow us to respond quickly to consumer demand. An aspect that offers our business great growth potential for the future." A note released by the company reads also about optimization of sales points. And this is echoed by the program of the Zara brand, owned by the group, which is committed to expanding its sales network in the United States.

► LVMH'S GROWTH TO BE SLOWED DOWN BY CHINA AND THE USA

In the third quarter of the year, the brand's sales growth achieved +9%, while Bloomberg's estimate was +11.2%. The less brilliant than expected trend can be attributed to the Chinese and US markets. In the period in question, Asia recorded a growth in purchases of +11% (it was +34% in the previous quarter), Europe +7%, while the United States 2% only. As of September 30, 2023, LVMH had revenue growth of 10% (+14% organic). The total sales of the group were 62.2 billion euro, against 56.4 in the same period of 2022. In October, Bernard Arnault's group ceded the first position among the most valued companies in Europe to the pharmaceutical manufacturer Novo Nordisk A/S. "After three extraordinary years, growth is recording values in line with our historical average," LVMH financial director Jean-Jacques



Jean-Jacques Guiony

Guiony told analysts. The CFO noted that, while sales in Europe slowed down during the quarter, there was no marked change in demand for fashion and leather goods from China compared to two years ago, except that more purchases are being made outside national borders given the travel resumption. Since LVMH is seen as a point of reference for the luxury sector, it is plausible to expect a slowdown in growth also for the luxury giants Kering, Hermès, and Richemont.

notizie in breve aziende paesi

► UTILI IN CRESCITA PER INDITEX

Nei primi sei mesi dell'anno in corso, con utili in crescita del 40%, il colosso del fast fashion supera tutte le aspettative degli analisti. Al 31 luglio 2023 il Gruppo ha registrato vendite per 16,9 miliardi di euro, con un incremento del 13,5% rispetto allo stesso periodo del 2022. Utile operativo, che si è attestato a 3,2 miliardi di euro, è migliorato del 30,2% mentre l'utile netto, 2,5 miliardi, è aumentato del 40,1%.

Il margine lordo ha registrato un +58,2%. Segno più anche per l'ebitda, che si è attestato a quota 4,7 miliardi di euro (+15,7%). Óscar García Maceiras, CEO di Inditex, ha commentato i risultati ottenuti, dicendo: "La creatività dei team e la flessibilità del business, insieme al proximity sourcing, ci consentono di rispondere rapidamente alla domanda dei consumatori. Aspetto che offre al nostro business un grande potenziale di crescita, per il futuro". In una nota diffusa dall'azienda si parla anche di ottimizzazione dei punti vendita. A questa fa eco il programma

del brand Zara, di proprietà del gruppo, impegnato ad espandere la propria rete di vendita negli Stati Uniti.

► CINA E USA FRENANO LA CRESCITA DI LVMH

Nel terzo trimestre dell'anno la crescita delle vendite del brand si è attestata al +9%, mentre la stima di Bloomberg era del +11,2%. Il trend meno brillante del previsto va imputato al mercato cinese e USA. Nel periodo in questione l'Asia ha fatto registrare una crescita degli acquisti del +11% (+34% il quarter precedente), l'Europa un

+7%, mentre gli Stati Uniti solo un +2 per cento. Al 30 settembre 2023 Lvmh ha avuto una crescita dei ricavi del 10% (+14% organic). Il gruppo ha totalizzato vendite per 62,2 miliardi di euro contro i 56,4 dello stesso periodo del 2022. In ottobre, il gruppo di Bernard Arnault, ha ceduto la prima posizione, tra le aziende più valutate d'Europa, al produttore farmaceutico Novo Nordisk A/S. "Dopo tre anni eccezionali, la crescita sta registrando valori in linea con la nostra media storica", ha detto agli analisti il direttore finanziario di Lvmh

► FERRAGAMO - REVENUES DOWN

The fashion house closed its first nine months of 2023 with consolidated revenues of 844 million euro (-8.3% compared to the first nine months of 2022). Both retail and wholesale recorded a decline in sales; by 10.2% and 16.6%, respectively. The Asia Pacific area suffered a decline in sales by 16.4%, while the Japanese market recorded -11.6%; the EMEA region held steady (+3.1%); North America (-20.1%) and Central and South America (-3.1%) also went down. "In these nine months we have continued to invest in our business, making fundamental choices and progressing in the execution of our strategic priorities, in line with our plans," said Marco Gobbetti, CEO of Ferragamo.



Marco Gobbetti

"The overall sales trend – added the CEO – reflects, in this phase, the continuous attention to sales quality, the rationalization of the distribution networks, the evolution of the offer, and the acceleration of the transition towards a new creative course, whose full potential will be evident in 2024."

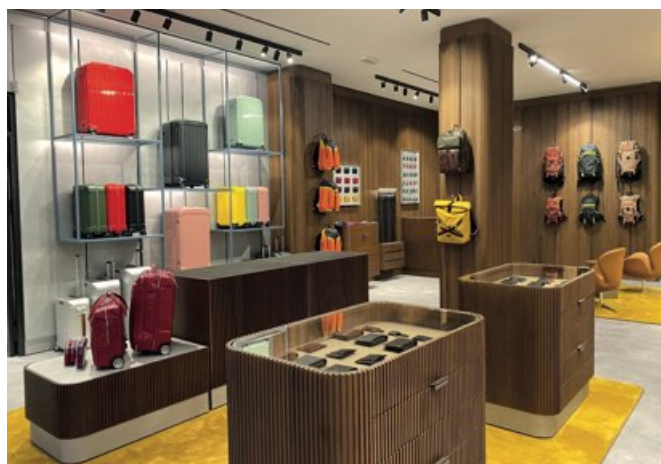


► A VALUABLE HALF-YEAR FOR THE PIQUADRO GROUP

The Piquadro Group, owner of the Piquadro, The Bridge, and Lancel brands, closed its first half of the 2023 / 24 fiscal year with a consolidated turnover of 85.9 million euro, up 7.1%. In the period indicated, the revenues recorded by the Piquadro brand were 39.5 million euro (+12.1%). The wholesale channel recorded an increase of 17.5%, while the DOS channel recorded growth of 8.0%. The Bridge brand achieved revenues of 16.6 million euro, with an increase of 11.0%; the wholesale channel recorded an increase of 8.0%, while the DOS channel grew by 24.6%. Revenues from sales achieved by the Lancel maison were 29.8

million euro, down 0.7%. The less favourable trend compared to the other brands of the Group should be attributed to the particular situation of the Italian market, which accounts for 90% of Lancel's revenues. This, in fact, was conditioned by the protest demonstrations held in France and the closure of some outlets.

Overall, on the Italian market, the companies of the group recorded a turnover of 41.8 million euro (+12%), equal to 48.6% of consolidated sales, while on the European market the turnover was 40.7 million euro (-0.6%), equal to 47.3% of consolidated sales. In non-European countries, the 3 brands had a total turnover of 3.5 million euro (+64.3%), equal to 4.1% of consolidated sales.



Jean-Jacques Guiony. Il CFO ha osservato che, mentre le vendite in Europa hanno rallentato nel corso del trimestre, non c'è stato un cambiamento marcato nella domanda di moda e pelletteria dalla Cina rispetto a due anni fa, tranne per il fatto che vengono effettuati più acquisti al di fuori dei confini nazionali vista la ripresa dei viaggi. Lvmh è considerato un punto di riferimento per il settore del lusso, quindi è plausibile aspettarsi un rallentamento della crescita anche per i colossi del lusso Kering, Hermès e Richemont.

► RICAVI IN FLESSIONE PER FERRAGAMO

La maison ha chiuso i primi nove mesi del 2023 con ricavi consolidati pari a 844 milioni di euro (-8,3% rispetto ai primi nove mesi del 2022). Hanno registrato vendite in flessione sia il retail che il wholesale: rispettivamente del 10,2% e del 16,6%. Per l'area Asia Pacifico la flessione delle vendite è stata del 16,4%, con il mercato giapponese che ha fatto segnare un -11,6%, mentre ha tenuto l'area Emea (+3,1%). In calo anche il Nord America (-20,1%) e il Centro e Sud America (-3,1%). "In questi nove mesi abbiamo

continuato ad investire nel nostro business, facendo delle scelte fondamentali e progredendo nell'esecuzione delle nostre priorità strategiche, in linea con i nostri piani", ha commentato l'AD di Ferragamo, Marco Gobbetti. "Landamento complessivo delle vendite – ha aggiunto l'AD – riflette, in questa fase, la continua attenzione alla qualità delle vendite, la razionalizzazione delle reti distributive, nonché l'evoluzione dell'offerta e l'accelerazione della transizione verso il nuovo corso creativo, il cui pieno potenziale sarà evidente nel 2024".

International
Technology

October
2023

► **MANOLO BLAHNIK:
PROFITS TRIPLED IN 2022**

In 2022, the brand recorded a turnover of 118.2 million euro (+69% compared to the previous year), tripling profits which reached 21.9 million euro. A particularly successful trend to be attributed to the collaboration with Birkenstock, but also to the US market growth and the outcome of the e-commerce channel, which grew by 24%.

"Last year we experienced a record financial performance, with strong sales recovery



across all our channels and we also gained significant market share in the United States," commented Kristina Blahnik, CEO of Manolo Blahnik. As one reads on the American newspaper WWD, "the results achieved can also be attributed to the arrival in the company of Elodie Bougenault, who has occupied the position of global commercial director since June." According to a note released

by the company, "Elodie Bougenault's appointment will allow Andrew Wright, former business director and current President of the Americas, to focus fully on the implementation of important long-term growth plans for the Americas." An acceleration on the Asian market is also among the next goals of Manolo Blahnik.



notizie in breve
aziende
paesi

► **SEMESTRE RICCO PER
IL GRUPPO PIQUADRO**

Il Gruppo, costituito dai brand Piquadro, The Bridge e Lancel, ha chiuso il primo semestre dell'anno fiscale 2023/24 archiviando un fatturato consolidato di 85,9 milioni di euro, in crescita del 7,1%. I ricavi registrati dal brand Piquadro, nel periodo indicato, sono stati di 39,5 milioni (+12,1%). Il canale wholesale ha registrato un incremento del 17,5% mentre il canale DOS ha

registrato una crescita dell'8,0 per cento. Per il marchio The Bridge i ricavi risultano pari a 16,6 milioni, in aumento dell'11,0%; il canale wholesale ha registrato un incremento dell'8,0% mentre il canale DOS è cresciuto del 24,6 per cento.

I ricavi delle vendite realizzati dalla maison Lancel sono stati 29,8 milioni, in flessione dello 0,7%. Il trend meno favorevole rispetto agli altri marchi del Gruppo va attribuito alla particolare situazione del mercato italiano, che rappresenta per Lancel il 90% dei ricavi. Questo, infatti, è stato condizionato dalle

manifestazioni di protesta fatte in Francia e dalla chiusura di alcuni punti vendita.

Le società del gruppo, sul mercato italiano, complessivamente, hanno registrato un fatturato di 41,8 milioni (+12%), pari al 48,6% delle vendite consolidate, mentre nel mercato europeo il fatturato è stato di 40,7 milioni (-0,6%), pari al 47,3% delle vendite consolidate. Nei paesi extra europei, le 3 società hanno fatturato complessivamente 3,5 milioni (+64,3), pari al 4,1% delle vendite consolidate.

► **MANOLO BLAHNIK: NEL
2022 TRIPLICATI GLI UTILI**

Nel 2022 il brand ha fatturato 118,2 milioni di euro (+69% rispetto all'anno precedente), triplicando gli utili che si sono attestati a quota 21,9 milioni di euro. Un trend particolarmente brillante che viene attribuito alla collaborazione con Birkenstock, ma anche alla crescita sul mercato statunitense e ai risultati registrati dal canale e-commerce, cresciuto del 24%.

"Lo scorso anno abbiamo assistito ad una performance finanziaria record con vendite in forte ripresa in tutti i nostri canali e inoltre

► FRED PERRY - THE POSITIVE TREND CONTINUES

The brand's revenues in 2022 reached 135.7 million pounds (approximately 156.5 million euro), recording growth of 20.8% over the previous year. The brand's recovery had already begun in 2021, when revenues had risen to 112.4 million with an increase of 10.4% over 2020.

The plus sign kept going on in the last 12 months, in which growth was recorded in both net profit (12.9 million pounds compared to 9.4 million recorded in 2021) and gross profit, which reached 64.5 million, up compared to 55.9



million pounds the previous year. In 2021, Fred Perry Holdings acquired George Cox, a footwear brand founded in 1906. The amount paid for the operation was not disclosed.



► COLMAR IS AIMING FOR 115 MILLION

The brand has recently celebrated its 100th anniversary and is satisfied with the sales trend.

"In 2023, we aim to reach 110 to 115 million euro in revenues, but our goal is constant growth both on the domestic market, in which we are preparing for new openings, and the foreign market. Furthermore, we are strengthening e-commerce, which should cover 10% of sales in 2023, thanks to the engagement of a younger audience. We are also making important investments in communication and in our sustainability program, which we have already embraced for some years with the use of fabrics made from recycled fibres," said the CEO, Carlo Colombo. As regards business abroad, the brand directly

controls 17 flagship stores and is present in over 1,500 multi-brand stores. On the occasion of the centenary, Colmar introduced a capsule designed by the Californian artist, Joshua Vides, founder of the Clsc brand distributed in more than 400 stores around the world.



abbiamo conquistato importanti quote di mercato negli Stati Uniti", ha commentato il CEO di Manolo Blahnik, Kristina Blahnik.

"I risultati ottenuti sono da attribuirsi anche all'insediamento in azienda di Elodie Bougenault, che da giugno occupa la posizione di direttore commerciale globale, si legge sulla testata americana Wwd.

"La nomina di Bougenault - viene riportato in una nota diffusa dall'azienda - consentirà all'ex direttore commerciale e attuale Presidente delle Americhe, Andrew Wright, di concentrarsi

completamente sulla realizzazione di importanti piani di crescita a lungo termine per le Americhe". Tra i prossimi obiettivi di Manolo Blahnik vi è anche una decisa spinta di acceleratore sul mercato asiatico.

► FRED PERRY: PROSEGUE IL TREND POSITIVO

Nel 2022 il marchio ha raggiunto ricavi per 135,7 milioni di sterline (circa 156,5 milioni di euro, registrando una crescita del 20,8% sull'anno precedente. Per il brand la ripresa era già cominciata a partire dal 2021, quando, i ricavi erano saliti

a quota 112,4 milioni con un incremento del 10,4% sul 2020. Il segno più è proseguito anche negli ultimi 12 mesi, nei quali si è registrata una crescita sia dell'utile netto (12,9 milioni di sterline sui 9,4 milioni registrati nel 2021) sia dell'utile lordo, che ha toccato quota 64,5 milioni, in aumento rispetto ai 55,9 milioni di sterline dell'anno precedente. Nel 2021 Fred Perry Holdings ha acquisito George Cox, marchio di calzature fondato nel 1906. La cifra pagata per l'operazione non è stata resa nota.

International
Technology

October
2023

► **BENETTON AND DELSEY PARIS INTRODUCE A CO-BRANDED LUGGAGE LINE**

For the development of a new line of suitcases and travel accessories, Benetton has chosen Delsey Paris.

"For us, working with Delsey means sharing important values such as quality, know-how and the idea of an optimal



relationship between quality and price," declared in a note Massimo Renon, CEO of Benetton Group.

The CEO of Delsey Paris, Davide Traxler, commented: "We are thrilled to be working with Benetton, the iconic fashion brand that communicates boldly and thinks like us on issues, such as

diversity and inclusion. We aim both to offer suitcases tailored to everyone's needs. The products in this collaboration embody the very essence of both brands, with a vibrant design that reflects the heritage of United Colors of Benetton combined with the pioneering technology of Delsey Paris."

notizie in breve
aziende
paesi

► **COLMAR PUNTA AI 115 MILIONI**

Festeggiato da poco l'anniversario dei 100 anni il brand guarda soddisfatto al trend delle vendite. "Nel 2023 puntiamo a raggiungere tra i 110 e i 115 milioni di euro di ricavi, ma il nostro obiettivo è una crescita costante sia sul mercato interno, nel quale ci stiamo preparando a nuove aperture, sia sul mercato estero. Inoltre, stiamo rafforzando l'e-commerce, che nel 2023 dovrebbe arrivare a

coprire il 10% delle vendite, grazie all'engagement di un pubblico finale più giovane. Stiamo facendo anche importanti investimenti nella comunicazione e nel nostro programma di sostenibilità, abbracciato già da alcuni anni con l'impiego di tessuti realizzati in fibre riciclate", ha detto l'AD Carlo Colombo. Per quanto riguarda il business oltre confine, il brand controlla direttamente 17 store monomarca ed è presente in oltre 1.500 multimarca. In occasione del centenario, Colmar ha presentato una capsule disegnata dall'artista californiano Joshua

Vides, fondatore del marchio Clac distribuito in più di 400 negozi nel mondo.

► **BENETTON E DELSEY PARIS: NASCE UNA LINEA DI VALIGIE IN CO-BRANDING**

Per lo sviluppo di una nuova linea di valigie e di accessori da viaggio, Benetton ha scelto Delsey Paris. "Lavorare con Delsey, per noi, vuole dire condividere valori importanti quali la qualità, il know-how e l'idea di un rapporto ottimale tra qualità e prezzo", ha dichiarato in una nota Massimo Renon, AD di Benetton Group. Davide Traxler, CEO di

Delsey Paris, ha commentato: "Siamo entusiasti di lavorare con Benetton, l'iconico marchio di moda che comunica in modo coraggioso e la pensa come noi sui temi della diversità e dell'inclusione. L'ambizione di entrambi è offrire valigie su misura per le esigenze di tutti. I prodotti di questa collaborazione incarnano l'essenza stessa di entrambi i marchi, con un design vivace che riflette l'eredità di United Colors of Benetton unito alla tecnologia pionieristica di Delsey Paris".

► NICE FOOTWEAR - DOUBLE-DIGIT GROWTH

The Veneto-based shoe factory, a self-supporting business, from the development up to the distribution of leisure and sports shoes, closed the balance sheet for the last fiscal year ended on April 30, 2023, with revenues of 46.9 million euro (+43.1% compared to 32.8 million the previous year). Profits amounted to 2.8 million euro (+122.7%), while the EBITDA was 5.9 million euro (+75%) and the EBIT 4.3 million euro (+131.3%).

"We are very satisfied with the results we have achieved this year, also thanks to the entry

of the new partner, Palladio Holding," commented the president and CEO, Bruno Conterno. "Ours is a universe in constant ferment and we plan to broaden our horizons. In fact, we are aiming for new synergies and new combinations that could materialize in the coming months."

During the fiscal year, the brand invested over one million euro in technological innovation and R&D activities. Nice Footwear operates on the market with its own product line (Kronos), with brands licensed for production (Ellesse, Avirex, and Lyle&Scott) and distribution (G-Star Raw.)



► CRESCITA A DUE CIFRE PER NICE FOOTWEAR

Il calzaturificio veneto, che lavora in piena autonomia, partendo dallo sviluppo sino alla distribuzione di scarpe per il tempo libero e lo sport, ha chiuso il bilancio relativo all'ultimo anno fiscale, chiuso il 30 di aprile 2023, con ricavi pari a 46,9 milioni di euro (+43,1% rispetto ai 32,8 milioni dell'anno precedente). Gli utili sono stati pari a 2,8 milioni di euro (+122,7%), mentre l'ebitda è stata di 5,9 milioni (+75%) e l'ebit di 4,3 milioni (+131,3 per cento).

"Siamo molto soddisfatti dei risultati che abbiamo raggiunto quest'anno, grazie anche all'ingresso del nuovo socio Palladio Holding - ha commentato il presidente e CEO Bruno Conterno. Il nostro è un universo in continuo fermento e contiamo di ampliare i nostri orizzonti. Infatti puntiamo su nuove sinergie e nuove aggregazioni che potrebbero concretizzarsi nei prossimi mesi". Nel corso dell'anno fiscale il marchio ha investito oltre un milione di euro in innovazione tecnologica e attività di Ricerca e Sviluppo. Nice Footwear



► LVMH MÉTIERS D'ART ACQUIRED VERDEVELENO

Lvmh Métiers d'Art has announced the acquisition of Grupo Verdeveleno, a Spanish company of reference in the tanning and finishing of exotic hides.

"This is not just a business expansion, but a fusion of values and projects. An operation which should involve all the group's companies, which will be able to benefit from our know-how and our commitment to responsible and conscious production. With this

acquisition, we will be able to keep investing in product quality and supply chain care," declared José Danvila, CEO of Grupo Verdeveleno. Last May, LVMH Métiers d'Art formalized the acquisition of the majority of the Nuti Ivo company, an Italian historic tannery in the Santa Croce sull'Arno district (Pisa). Founded in 1915, LVMH Métiers d'Art manages the entire leather production process starting from the farms. The brand's activities range across various sectors, including building construction.

è presente sul mercato con una propria linea di prodotto (Kronos), con marchi in licenza per la produzione (Ellesse, Avirex e Lyle&Scott) e la distribuzione (G-Star Raw).

► LVMH MÉTIERS D'ART HA RILEVATO VERDEVELENO

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

"Questo non è solo un ampliamento commerciale, ma una fusione di valori e di progetti.

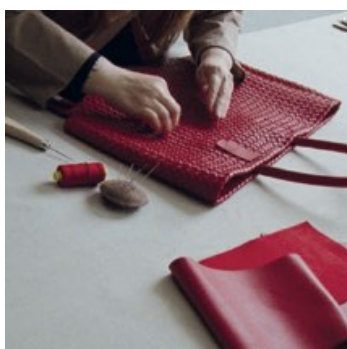
International
Technology

October
2023

► SCHOOLING AT BOTTEGA VENETA

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

"The Labor et Ingenium Academy is a strategic pillar for preserving the unique savoir-faire of Bottega Veneta,



"declared the company's CEO. "Excellent craftsmanship and creativity are part of our brand and the heritage of our region of origin, Veneto. With "Accademia" we want to share our history and our skills, with the aim of helping the artisans of the future grow." The first external collaboration of the Labor et Ingenium Academy began with a new seven-week career orientation course, established together

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

notizie in breve aziende paesi

Una operazione destinata a coinvolgere tutte le aziende del gruppo, che potranno beneficiare del nostro know how e del nostro impegno, nella produzione responsabile e consapevole. Con questa acquisizione, noi potremo continuare ad investire nella qualità e sull'attenzione alla supply chain", ha dichiarato José Danvila, CEO di Grupo Verdeveleno. Lo scorso maggio, Lvmh Métiers d'Art ha ufficializzato l'acquisizione della maggioranza dell'azienda Nuti

Ivo, storica conceria del distretto di Santa Croce sull'Arno (Pisa). Fondata nel 2015, Lvmh Métiers d'Art gestisce l'intero processo di produzione delle pelli partendo dagli allevamenti. Le attività del brand spaziano in diversi settori, incluso quello dell'edilizia.

► A SCUOLA DA BOTTEGA VENETA

Accademia Labor et Ingenium è il nuovo progetto del brand, che, con questa iniziativa, si impegna a tramandare di generazione in generazione l'antica arte manifatturiera dei maestri artigiani. Si tratta di un

laboratorio permanente destinato ai propri dipendenti, ai nuovi assunti e anche agli studenti esterni: complessivamente non più di 50 studenti all'anno. "L'Accademia Labor et Ingenium è un pilastro strategico per preservare il savoir-faire unico di Bottega Veneta – ha dichiarato il CEO dell'azienda. L'artigianato e la creatività d'eccellenza sono parte integrante del nostro brand e del patrimonio della nostra regione d'origine, il Veneto. Con "Accademia" vogliamo condividere la nostra storia e le nostre competenze, con l'obiettivo di far crescere gli artigiani del futuro".

La prima collaborazione esterna dell'Accademia Labor et Ingenium ha preso il via con un nuovo corso di orientamento al lavoro, della durata di sette settimane, realizzato insieme all'Università Iuav di Venezia. Il programma di studio include corsi per la prototipazione e la produzione di diverse forme e finiture di borse, nonché approfondimenti sul settore del lusso e lo sviluppo di competenze professionali di comunicazione e relazioni interpersonali. Il corso è diretto da Ruggero Negretto, dipendente con più anni di attività in Bottega Veneta.

OUR FUTURE IS



FASHION



SAFE



GREEN



“Sosteniamo” la Sostenibilità - We ‘Sustain’ Sustainability

Luigi Carnevali s.r.l.
www.carnevali.it



MAINGROUP®

A BRAND OF **ATOM**



NEW TECHNOLOGIES FOR GREEN MATERIALS



ARTIFICIAL
INTELLIGENCE



INTERCONNECTION



ENERGY - MATERIAL
SAVING

www.maingroup.com