



► MARKETS

MERCATO

Turnover down 3.1%
in 2025

Nel 2025 il fatturato cala
del 3,1%

► TOPICS

ATTUALITÀ

FEDERMACCHINE:

Gian Paolo Crasta
appointed Secretary
Genera

FEDERMACCHINE:

Gian Paolo Crasta
nominato Segretario
Generale

► FAIRS

FIERE

Plenty of Ideas to Face
Challenging Markets

*Tante idee per affrontare
la difficoltà dei mercati*

► FAIRS

FIERE

The trade fair holds
firm and strengthens
international dialogue

*La fiera tiene e rafforza
il confronto internazionale*

► MATERIALS

MATERIALI

The most recent

I più recenti

► TECHNOLOGY

TECNOLOGIA

The latest

Le più recenti

► NEWS IN BRIEF

Notizie in breve



The art of footwear and leather goods

Toe-puffs and counters materials for
deconstructed shoes

Velvet

INIMITABLE



Toe-puffs and counters for shoes.

Reinforcements and materials for shoes and leather goods.

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



Sustainable and 100% Recycled Sewing Threads




GT POINT
100% FILATI MADE IN ITALY



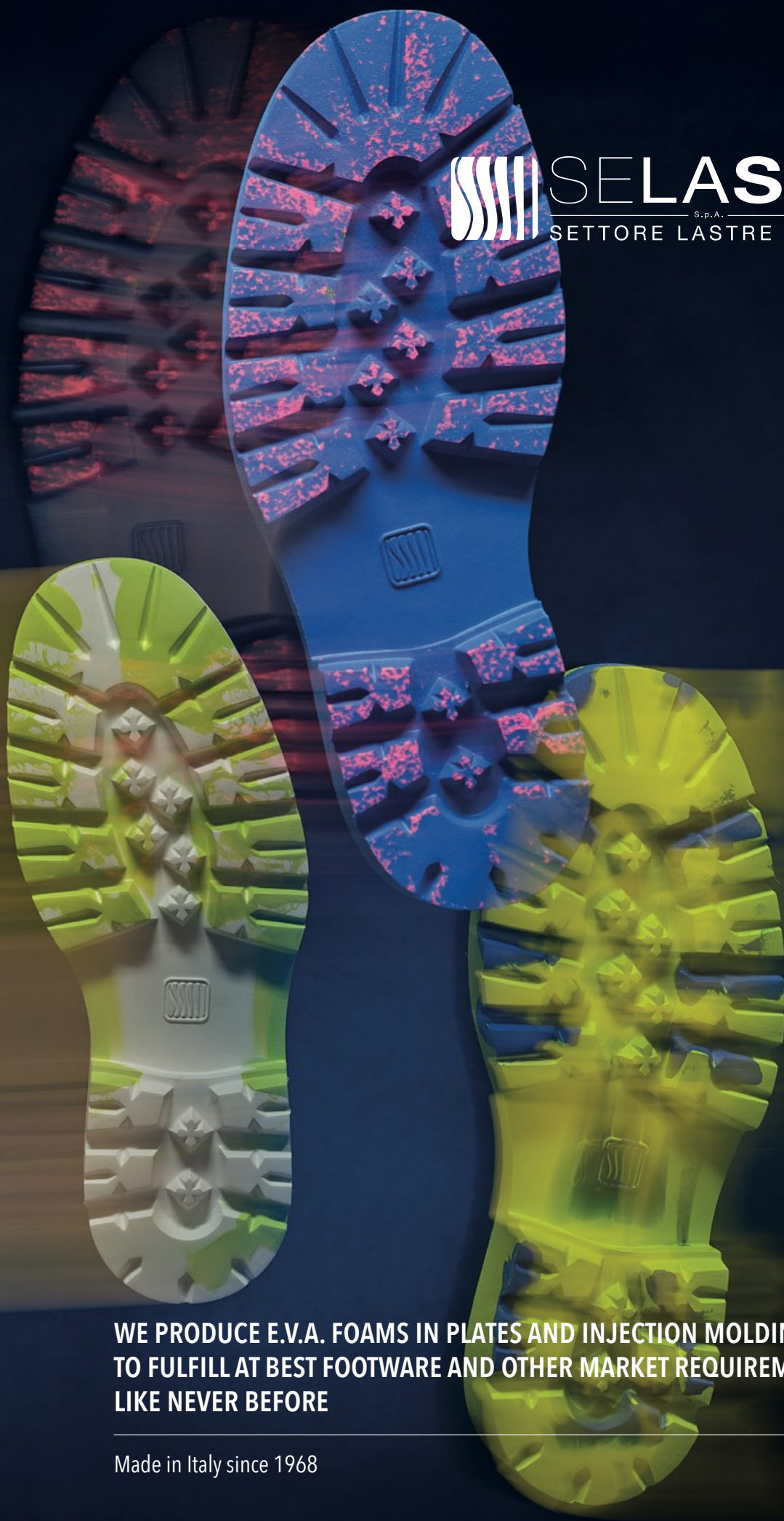
www.ctpoint.it info@ctpoint.it



SELASTI

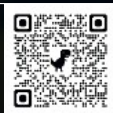
S.p.A.

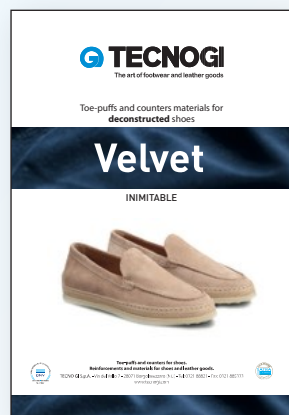
SETTORE LASTRE STIGO



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

Made in Italy since 1968





FRONT COVER

Tecnogi Spa

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



BACK COVER

Luigi Carnevali Sas

Via Veneto, 6
20090 Buccinasco (MI)
Italy
Tel. +39 02 4886733
carnevali@carnevali.it
carnevali.it

Editor: Carlo Leoni

Editorial director: Carlo Leoni

Photographs: Matteo Galuzzi

English translations: Adriano Donato

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

Subscriptions and advertising:

EDITORIALE DI INFORMAZIONI SETTORIALI s.r.l.

20090 Trezzano S/N (MI) Italy

Via Leonardo da Vinci, 43

Phone +39 02 48400645 - Fax +39 02 4454324

infsett@net2000.it

shoemachinery.com

Year XXXV - n° 1 - January 2026

• 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

Turnover down 3.1% in 2025

Nel 2025 il fatturato cala del 3,1%

6

Exports declining

Export in flessione

10

Exports Struggling, Domestic Consumption and Employment
in Decline

Export in difficoltà, consumi e occupazione in calo

14

EU-Mercosur agreement, Bettelli: "Uncertainty is penalising
the capital goods sector"

*Accordo UE-Mercosur, Bettelli: "Le incertezze penalizzano il
settore dei beni strumentali"*

18

▶ TOPICS

attualità

The Benefits of Being Part of a Group

I vantaggi di un Gruppo

20

FEDERMACCHINE: Gian Paolo Crasta appointed Secretary General

FEDERMACCHINE: Gian Paolo Crasta nominato Segretario Generale

22

▶ FAIRS

fiere

The Asian event strengthened its role

L'appuntamento asiatico ha consolidato il suo ruolo

24

The trade fair holds firm and strengthens international dialogue

La fiera tiene e rafforza il confronto internazionale

26

Plenty of Ideas to Face Challenging Markets

Tante idee per affrontare la difficoltà dei mercati

28

▶ MATERIALS

materiali

The most recent

I più recenti

30

▶ TECHNOLOGY

tecnologia

The latest

I più recenti

38

▶ NEWS

News in brief

Notizie in breve

48



6

22



26

30



38



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.



Made in Italy Footwear

Turnover down 3.1% in 2025



► The Italian footwear sector closes 2025 still in negative territory, but with encouraging signs of stabilisation after two difficult years. Total turnover is estimated at 12.8 billion euro, down 3.1% compared with 2024, equal to around 409 million euro less — a decline that is significantly

more limited than in the previous year.

The picture is outlined by the cyclical survey of the Centro Studi di Confindustria Accessori Moda per Assocalzaturifici, which portrays a sector still under pressure but able to slow its downturn. In the first nine

months of 2025 revenues fell by -4.1%, while the third quarter shows a clear improvement, with a contraction limited to -0.9%. “The overall situation remains complex and does not spare even the higher-end segments, but third-quarter data indicate a slowing of the decline and a first

primo piano mercati

Calzatura made in Italy

Nel 2025 il fatturato cala del 3,1%

► Il settore calzaturiero italiano chiude il 2025 ancora in territorio negativo, ma con segnali incoraggianti di stabilizzazione dopo due anni complessi. Il fatturato complessivo è stimato in 12,8 miliardi di euro, in calo del 3,1% rispetto al 2024, pari a circa 409 milioni di euro in meno, una flessione decisamente più contenuta rispetto all'anno precedente. A delineare il quadro è l'indagine congiunturale del Centro Studi di Confindustria Accessori Moda per

Assocalzaturifici, che fotografa un comparto ancora sotto pressione ma capace di rallentare la caduta. Nei primi nove mesi del 2025 i ricavi segnano un -4,1%, mentre il terzo trimestre evidenzia un netto miglioramento, con una contrazione limitata al -0,9%.

«Il quadro generale resta complesso e non risparmia nemmeno le fasce più alte dell'offerta, ma i dati del terzo trimestre indicano una riduzione della caduta e una prima luce in

fondo al tunnel recessivo», afferma Giovanna Ceolini, presidente di Assocalzaturifici. «La capacità delle imprese di presidiare i mercati europei e intercettare la domanda nelle aree più dinamiche, come il Medio Oriente, sarà decisiva per affrontare il 2026».

Export: più volumi, prezzi in assestamento

Il commercio estero conferma la resilienza del Made in Italy. Nei primi otto mesi dell'anno le

light at the end of the recessionary tunnel,” says Giovanna Ceolini, President of Assocalzaturifici. “Companies’ ability to consolidate their presence in European markets and to capture demand in more dynamic areas, such as the Middle East, will be crucial in facing 2026.”

Exports: higher volumes, prices stabilising

Foreign trade confirms the resilience of Made in Italy. In the first eight months of the year exports reached 7.72 billion euro, with a slight decrease in value (-1.3%) but a significant recovery in volumes, up +4.3% to 131.8 million pairs. The average price fell to 58.58 euro per pair (-5.3%), marking a correction after the double-digit increases of 2022–2023.

The European Union, which absorbs around 70% of Italian footwear exports, grew both in value (+2.2%) and in volume (+7.6%). Germany stands out, with +6% in value and +10% in volume, followed by good performances in Spain, Poland, Belgium and Austria. Outside the EU, the Middle East

proves to be the most dynamic area (+13% in value), driven by the United Arab Emirates (+20%). Turkey and Mexico also post positive results. The Far East, by contrast, remains in sharp difficulty, with declines of over 20%, penalised by the slowdown in China (-24.6%) and in other major Asian markets.

United States under close watch

The picture for the United States is more mixed: the first eight months close with +2.9% in value but -4.2% in volume. The sector is cautiously monitoring the effects of US-EU tariffs: over half of exporting companies consider them not negligible and one in five reports serious criticalities, although preliminary September data show signs of an unexpected reaction.

At the same time, imports increased by 12.8% in volume (reaching 271.6 million pairs); a trend linked not to domestic consumption — which remained flat — but to the strengthening of logistics flows for re-export, especially in sportswear.

Domestic market and employment

On the domestic front, Italian household purchases in the first nine months recover the gap with 2024 only thanks to a positive third quarter (+2% in volume,) but remain well below pre-Covid levels (-7.7%). Industrial production continues to suffer from the difficulties of the first part of the year, with the ISTAT index at -8.5% in the first nine months. The prolonged negative cycle has also affected business demography:



esportazioni raggiungono i 7,72 miliardi di euro, con un lieve calo in valore (-1,3%), ma un significativo recupero dei volumi, saliti del +4,3% a 131,8 milioni di paia. Il prezzo medio scende a 58,58 euro al paio (-5,3%), segnando un rientro dopo gli aumenti a doppia cifra del biennio 2022-2023.

L'Unione Europea, che assorbe circa il 70% delle esportazioni italiane di calzature, cresce sia in valore (+2,2%) sia in quantità (+7,6%). Spicca la Germania, con un +6% in valore e +10% in volume, seguita

da buone performance in Spagna, Polonia, Belgio e Austria. Fuori dall'UE, il Medio Oriente si conferma l'area più dinamica (+13% in valore), trainata dagli Emirati Arabi Uniti (+20%). Positivi anche Turchia e Messico. Resta invece in forte difficoltà il Far East, con cali superiori al 20%, penalizzato dal rallentamento della Cina (-24,6%) e dagli altri principali mercati asiatici.

Stati Uniti osservati speciali
Più articolato il quadro degli Stati Uniti, che chiudono gli otto

mesi con un +2,9% in valore ma un -4,2% in quantità. Il settore guarda con cautela agli effetti dei dazi USA-UE: oltre la metà delle aziende esportatrici li considera non irrilevanti e una su cinque segnala forti criticità, anche se i dati preliminari di settembre mostrano segnali di reazione inattesa. Parallelamente, le importazioni sono cresciute del +12,8% in quantità (raggiungendo i 271,6 milioni di paia); una dinamica legata non ai consumi interni – rimasti piatti – ma al potenziamento dei flussi logistici per



at the end of September there is a decline in active footwear manufacturers (-3.4%) and in employment (-2.3%). The use of short-time working schemes has instead improved, declining after the first-quarter peak — a sign of cautious workforce management

in view of a possible recovery. Tuscany remains the district with the highest use of income support schemes (9.1 million hours, +56.8%), followed by Campania (-14.2%) and the Marche (+10.8%), within an overall framework of prudent labour management

ahead of a recovery. In a still uncertain global context, 2025 therefore closes as a year of transition for Made in Italy footwear: less severe than the recent past, but still far from a full trend reversal. ◀

primo piano mercati

la riesportazione, specialmente nello sportswear.

Mercato interno e occupazione

Sul fronte domestico, gli acquisti delle famiglie italiane nei primi nove mesi recuperano il divario con il 2024 solo grazie a un terzo trimestre positivo (+2% in quantità), ma restano ancora lontani dai livelli pre-Covid (-7,7%). La produzione industriale continua a risentire delle difficoltà della prima parte dell'anno, con un indice ISTAT a -8,5% nei primi 9 mesi.

La lunga fase congiunturale negativa ha inciso anche sulla demografia d'impresa: a fine settembre si registra un calo dei calzaturifici attivi (-3,4%) e del numero degli addetti (-2,3%). Migliora invece il ricorso alla cassa integrazione, in diminuzione dopo il picco del primo trimestre, segnale di una gestione prudente dell'occupazione in vista di una possibile ripresa.

La Toscana si conferma il distretto con il maggior ricorso agli ammortizzatori (9,1 milioni di ore, +56,8%), seguita da Campania

(-14,2%) e Marche (+10,8%), in un quadro di gestione prudente della forza lavoro in vista della ripresa. In un contesto globale ancora incerto, il 2025 si chiude dunque come un anno di transizione per la calzatura Made in Italy: meno pesante del passato recente, ma ancora lontano da una piena inversione di tendenza.



**INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI**
S P A

INVISIBLE POWER

**We have been offering solutions for over a century.
We are imperceptible.
We are everywhere.**



LEATHER GOODS



FOOTWEAR



AUTOMOTIVE



UPHOLSTERED



BOATING



PACKAGING

www.forestali.com

Preliminary 2025 outlook: Italian menswear still under pressure

Exports declining



► The year 2025 opened without signs of recovery for Italian fashion and menswear, in a context marked by persistent macroeconomic uncertainty. Geopolitical tensions, market instability, and protectionist measures — particularly from the United States — continue to weigh on the sector's outlook, keeping confidence fragile and prolonging the slowdown that already emerged in 2024. According to estimates by

the 'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda,' based on internal surveys and cyclical trends, the Italian menswear sector is expected to close 2025 with a year-on-year turnover decline of -2.1%. Total revenues are projected at 11.2 billion euro, accounting for 19.3% of the overall turnover of the national Textile-Apparel supply chain. All the main sub-segments are affected by negative trends, with

the sole exception of leather apparel. The value of production is also expected to decline (-2.3%), confirming the difficulties faced by the domestic manufacturing system.

On foreign markets, exports have returned to negative territory (-2.0%), falling to around 8.7 billion euro, while still maintaining a high share of total sector turnover (77.2%). Imports, by contrast, are rising (+2.8%) and are expected to reach 5.5 billion euro. As a result, the sector's trade surplus is set to contract, to about 3.2 billion euro in 2025.

Foreign trade: exports down, Asia slowing and trade surplus shrinking

In the first nine months of 2025, foreign trade in Italian menswear showed an overall weak performance. Exports declined by -2.5% to 6.9 billion euro, while imports increased by +3.2% to 5.0 billion euro. The trade balance remained positive (over 1.9 billion euro) but fell by about 330 million euro (-14.6%) compared with the same period in 2024.

The annual trend was uneven: in the first quarter imports increased

primo piano mercati

Bilancio preconsuntivo 2025: menswear italiano ancora in frenata

Export in flessione

► Il 2025 si apre senza segnali di ripresa per la moda e il menswear italiano, in un contesto segnato da persistente incertezza macroeconomica. Tensioni geopolitiche, instabilità dei mercati e misure protezionistiche — in particolare dagli Stati Uniti — continuano a pesare sulle prospettive del settore, mantenendo fragile il clima di fiducia e prolungando il rallentamento già emerso nel 2024. Secondo le stime dell'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda, basate su

indagini interne e sull'andamento congiunturale, il comparto della moda maschile italiana dovrebbe chiudere il 2025 con un fatturato in calo del -2,1% su base annua. Il giro d'affari si attesterebbe così a 11,2 miliardi di euro, pari al 19,3% del fatturato complessivo della filiera Tessile-Abbigliamento nazionale. Tutti i principali micro-comparti risultano interessati da dinamiche negative, ad eccezione dell'abbigliamento in pelle. In flessione anche il valore della produzione, stimato in diminuzione

del -2,3%, a conferma delle difficoltà del sistema produttivo interno.

Sul fronte estero, le esportazioni tornano in territorio negativo (-2,0%), scendendo a circa 8,7 miliardi di euro, pur mantenendo un'incidenza elevata sul fatturato complessivo del comparto (77,2%). In crescita invece le importazioni (+2,8%), che raggiungerebbero i 5,5 miliardi. Ne deriva una contrazione dell'avanzo commerciale settoriale, atteso a circa 3,2 miliardi di euro nel 2025.

ITALIAN MEN'S FASHION INDUSTRY (2020-2025*)

(Millions of euro)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
Turnover	8,169	9,410	11,316	11,852	11,426	11,183
Change %		15.2	20.3	4.7	-3.6	-2.1
Value of production	3,686	4,363	4,729	4,883	4,736	4,628
Change %		18.4	8.4	3.3	-3.0	-2.3
Exports	5,858	6,641	8,286	8,830	8,843	8,664
Change %		13.4	24.8	6.6	0.1	-2.0
Imports	3,711	4,003	5,763	5,632	5,329	5,476
Change %		7.9	43.9	-2.3	-5.4	2.8
Trade balance	2,148	2,638	2,523	3,198	3,515	3,188
Final consumption	4,395	5,363	5,878	5,899	5,949	5,835
Change %		22.0	9.6	0.4	0.8	-1.9
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	71.7	70.6	73.2	74.5	77.4	77.5

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

while exports declined; in the second quarter both components weakened; in the third quarter a partial recovery emerged, with both exports and imports returning to growth rates. From a geographical perspective, exports show a divergence between the two main macro-areas. The European Union market recorded growth (+2.6%), while sales to non-EU countries declined by 6.9%. Despite the downturn, non-EU markets

remain the main outlet for Italian menswear, absorbing 51.3% of total exports.

Within Asia, trends are mixed. China, while maintaining its fourth position among destination markets, recorded a sharp decline (-16.7%), reflecting a slowdown in demand. By contrast, Japan grew by 4.6%, while Hong Kong and South Korea posted declines of 6.8% and 18.9% respectively. Outside Asia, the United States stands out with growth of 4.0%,

consolidating its third position with a 9.9% share. In Europe, France remains the leading destination market with 937 million euro (+3.4%), followed by Germany (-3.5%), and Spain (+5.1%). Poland and the United Arab Emirates also posted positive performances.

On the import side, the trend is reversed: purchases from the European Union fell by 4.4%, while those from non-EU countries rose by 10.1%, reaching

Commercio estero: export in calo, Asia in rallentamento e saldo commerciale in riduzione

Nei primi nove mesi del 2025 il commercio estero del menswear made in Italy ha mostrato un quadro complessivamente debole. Le esportazioni hanno fatto registrare una contrazione del -2,5%, attestandosi a 6,9 miliardi di euro, mentre le importazioni sono cresciute del +3,2%, raggiungendo i 5,0 miliardi. Il saldo commerciale è rimasto positivo (oltre 1,9 miliardi di euro) ma risulta in flessione di circa 330 milioni (-14,6%) rispetto allo stesso periodo del 2024. L'andamento dell'anno è stato

irregolare: nel primo trimestre si è registrato un aumento delle importazioni a fronte di un calo dell'export; nel secondo trimestre entrambe le componenti hanno mostrato segnali di indebolimento; nel terzo trimestre, infine, si è osservato un parziale recupero, con esportazioni e importazioni tornate su variazioni positive.

Dal punto di vista geografico, le esportazioni evidenziano una divergenza tra le due principali macroaree. Il mercato dell'Unione Europea mostra una dinamica positiva (+2,6%), mentre le vendite verso i Paesi extra-UE segnano una contrazione del -6,9%. Nonostante

il calo, l'area extra-UE continua a rappresentare il principale sbocco per il menswear italiano, assorbendo il 51,3% dell'export complessivo. All'interno dell'Asia emergono segnali contrastanti. La Cina, pur mantenendo la quarta posizione tra i mercati di destinazione, registra una flessione marcata (-16,7%), riflettendo una fase di rallentamento della domanda. Di segno opposto il Giappone, che cresce del +4,6%, mentre Hong Kong e Corea del Sud evidenziano cali rispettivamente del -6,8% e del -18,9%. Al di fuori dell'Asia, si distinguono gli Stati Uniti, in crescita del 4,0%, che consolidano il terzo posto con

International
Technology

January
2026

55.6% of the total. Asia further strengthened its role as a strategic sourcing area: China remains the leading supplier (+14.4%), followed by Bangladesh (+16.1%). Strong growth was also recorded

for Pakistan, Vietnam and India and, in particular, Cambodia and Myanmar, albeit from still limited shares. Tunisia and Turkey, by contrast, declined. By product segment, leather apparel remains

the most dynamic category on the export side (+8.4%), while outer knitwear, ties and shirts declined. On the import side, outerwear and leather increased, while ties recorded a marked contraction.

ITALIAN MEN'S FASHION*: FOREIGN TRADE BY COUNTRY (January-September 2025)

IMPORT				EXPORT			
Countries of origin	Millions of Euro	Change %	Share %	Countries of destination	Millions of Euro	Change %	Share %
Total	4,995	3.2	100	Total	6,922	-2.5	100
of which				of which			
Intra UE27 post-Brexit	2,215	-4.4	44.4	Intra UE27 post-Brexit	3,369	-2.6	48.7
Extra UE27 post-Brexit	2,780	10.0	55.6	Extra UE27 post-Brexit	3,553	-6.9	51.3
Top 15 Suppliers				Top 15 Customers			
China	694	14.4	13.9	France	937	3.4	13.5
Bangladesh	649	16.1	13.0	Germany	691	-3.5	10.0
Spain	413	9.6	8.3	United States	686	4.0	9.9
The Netherlands	383	2.2	7.7	China	469	-16.7	6.8
France	342	-15.4	6.9	Spain	429	5.1	6.2
Romania	276	-0.8	5.5	United Kingdom	314	-6.2	4.5
Belgium	218	5.3	4.4	Switzerland**	299	-13.7	4.3
Germany	210	-22.4	4.2	Japan	297	4.6	4.3
Tunisia	179	-7.4	3.6	The Netherlands	241	1.2	3.5
Pakistan	152	23.1	3.1	Hong Kong	235	-6.8	3.4
Turkey	150	-9.6	3.0	Poland	234	26.1	3.4
Vietnam	114	15.9	2.3	South Korea	231	-18.9	3.3
Cambodia	97	26.9	1.9	UAE	142	4.9	2.1
India	95	11.4	1.9	Austria	131	4.2	1.9
Burma	94	27.0	1.9	Turkey	127	10.9	1.8

(*) This aggregate includes Junior products.
(**) To be considered primarily a logistics and commercial platform.

primo piano mercati

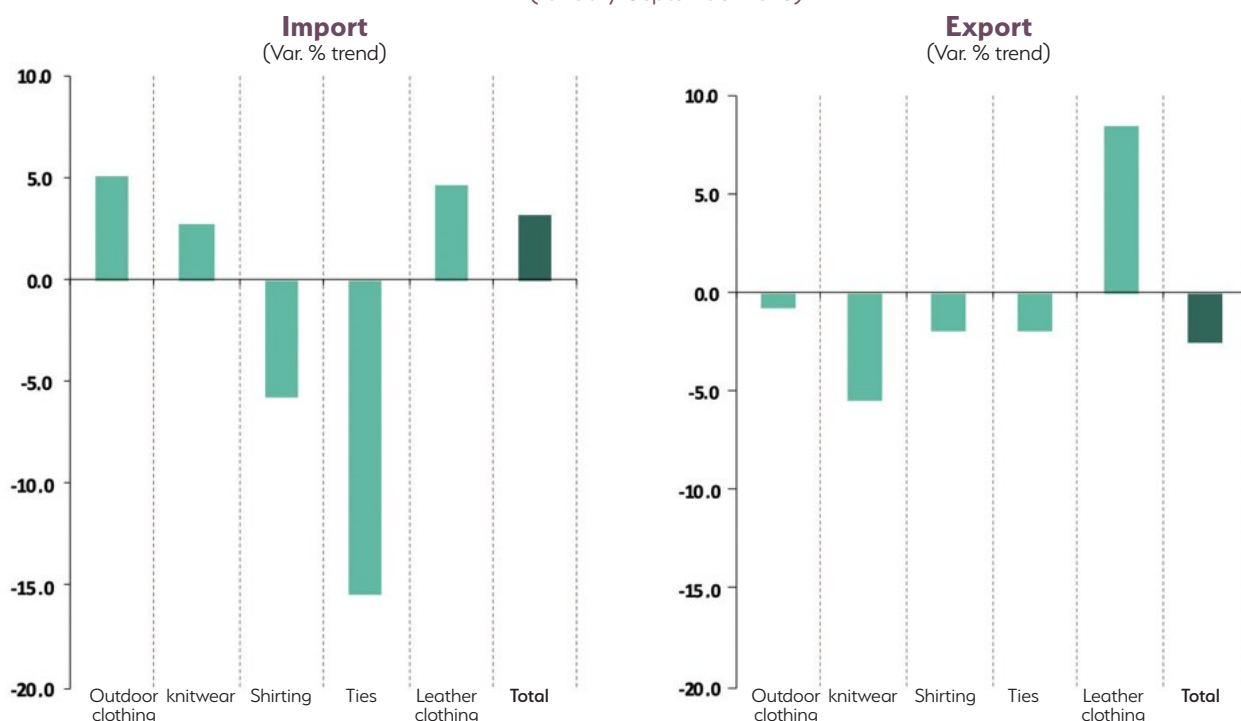
una quota del 9,9%. In Europa, la Francia si conferma primo mercato di destinazione con 937 milioni di euro (+3,4%), seguita dalla Germania (-3,5%) e dalla Spagna (+5,1%). Positiva anche la performance di Polonia ed Emirati Arabi Uniti. Sul fronte delle importazioni, la dinamica è opposta: gli acquisti dall'Unione Europea calano del 4,4%, mentre quelli provenienti dai Paesi extra-UE crescono del

10,1%, arrivando a rappresentare il 55,6% del totale. L'Asia rafforza il proprio ruolo di area di approvvigionamento strategica: la Cina si conferma primo fornitore (+14,4%), seguita dal Bangladesh (+16,1%). Crescite sostenute si registrano anche per Pakistan, Vietnam, India e, in particolare, Cambogia e Birmania, seppur con quote ancora limitate. In calo invece Tunisia e Turchia. Per segmento di prodotto,

l'abbigliamento in pelle si conferma il comparto più dinamico sul fronte export (+8,4%), mentre risultano in flessione maglieria esterna, cravatte e camiceria. Sul lato import, crescono vestiario esterno e pelle, a fronte di un deciso ridimensionamento delle cravatte. **Consumi interni: lieve recupero stagionale, ma il 2025 è rimasto debole per la moda uomo** Sul mercato interno sono emersi segnali di parziale recupero, seppur

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

(January-September 2025)



Domestic consumption: slight seasonal recovery, but 2025 remained weak for menswear
On the domestic market, signs of a partial recovery have emerged, albeit within an overall fragile framework. The latest available final data, referring to the Autumn/Winter 2024-25 season, indicate a moderate recovery in consumption for the Textile-Apparel sector: according to the surveys by Sita Ricerca per Confindustria Moda, the sector recorded a 1.7% increase in value and a 0.6% increase in volume, reversing the sharp decline of the previous season.

Regarding menswear, the period September 2024-February 2025 showed an improvement compared with Autumn/Winter 2023-24. Consumption increased overall by 1.6% in value, recovering part of the losses of the previous season (-4.9%). Growth affected almost all categories: men's tailored clothing, which accounts for over half of the sector's consumption value, rose by 2.1%, while outer knitwear increased by 1.9%. Positive signals also came from leather apparel (+1.7%) and shirts, which showed slight growth (+0.3%). The only exception was

ties, which continued to decline significantly (-8.2%), albeit with a marginal impact on overall sell-out. In volume terms, the picture is consistent: purchases of outerwear (+1.8%), knitwear (+1.4%) and leather apparel (+2.2%) increased, while shirts grew more modestly (+0.2%). Ties again recorded a negative trend (-9.1%). Despite the seasonal recovery, Italian household consumption remained weak, and the menswear segment was the one that experienced the greatest difficulties. ◀

Source: Confindustria Moda on ISTAT

(*) Unlike the data reported in Table 1, this aggregate includes Junior products.

in un quadro ancora fragile. Gli ultimi dati consuntivi disponibili, relativi alla stagione Autunno/Inverno 2024-25, indicano per il comparto Tessile-Abbigliamento una moderata ripresa dei consumi: secondo le rilevazioni di Sita Ricerca per Confindustria Moda, il settore ha registrato un aumento dell'1,7% a valore e dello 0,6% a volume, in controtendenza rispetto alla stagione precedente, chiusa con una flessione marcata. Con riferimento alla moda maschile, il periodo settembre 2024-febbraio 2025 ha evidenziato un miglioramento rispetto all'A/I 2023-24. I consumi sono cresciuti

complessivamente dell'1,6% a valore, recuperando parte delle perdite della stagione precedente (-4,9%).

La crescita interessa quasi tutte le merceologie: la confezione maschile, che rappresenta oltre la metà del valore dei consumi del comparto, registra un incremento del +2,1%, mentre la maglieria esterna cresce dell'1,9%. Segnali positivi sono arrivati anche dall'abbigliamento in pelle (+1,7%) e dalla camiceria, che ha mostrato una lieve crescita (+0,3%). Fa eccezione il comparto delle cravatte, che continua a evidenziare una contrazione significativa (-8,2%), pur incidendo

in misura marginale sul sell-out complessivo.

Anche in termini di volumi il quadro appare coerente: sono aumentati gli acquisti di vestiario esterno (+1,8%), maglieria (+1,4%) e abbigliamento in pelle (+2,2%), mentre la camiceria cresce in modo più contenuto (+0,2%). Ancora negativa la dinamica delle cravatte, che segnano un calo del -9,1%.

Nonostante il recupero stagionale, i consumi delle famiglie italiane sono stati deboli e il comparto della moda uomo è quello che ha fatto registrare le maggiori difficoltà.

International
Technology

January
2026

The Italian Leather Goods Market in 2025

Exports Struggling, Domestic Consumption and Employment in Decline



► The Made in Italy leather goods sector closed 2025 with unfavourable results, although the declines were less severe than those recorded in 2024. In the third quarter, according to the survey by the 'Centro Studi di Confindustria Accessori Moda per Assopellettieri,' total turnover fell by an average of -2.2% year-

on-year, recovering from the first two quarters, which had posted declines of -7.7% and -6.0%, respectively. Based on the findings of the Confindustria Moda survey for the fourth quarter, the overall trend for the 12 months is expected to show a contraction of -4.5%. Exports continue to be the sector's main driving force, contributing

over 85% of total turnover, as in 2024. In the first eight months of the year, exports reached 6.34 billion euro, marking a decrease of -7.6% compared to the same period in 2024. Volumes also declined: 42.3 million kilograms exported (-5.2%), with an average price per kilo of 149.85 euro (-2.5%). Preliminary data for September, however, indicate a cumulative nine-month recovery. By product category, both leather goods—representing over 70% of total exports at nearly 4.5 billion euro (-4%)—and products made from alternative materials, which fell to 1.9 billion euro (-15%), experienced declines. Among individual categories, handbags remain by far the top export item, amounting to 4.4 billion euro and roughly 70% of the total, despite an overall decrease of -9%. Small leather goods showed a smaller decline (-3.4%), while belts remained largely stable in value and grew in volume.

primo piano
mercati

Il mercato della pelletteria in Italia nel 2025

Export in difficoltà, consumi e occupazione in calo

► Per il settore della pelletteria made in Italy anche il 2025 si è chiuso con risultati sfavorevoli, seppur con flessioni più contenute rispetto al precedente 2024. Nel terzo trimestre, infatti, secondo l'indagine del Centro Studi di Confindustria Accessori Moda per Assopellettieri, il fatturato complessivo ha fatto registrare un calo medio del -2,2% su base annua, in recupero rispetto ai primi due trimestri dove si è segnato rispettivamente un -7,7% e un -6,0%. In virtù di quanto è emerso dall'indagine condotta da Confindustria Moda per il quarto

trimestre del 2025, il trend a consuntivo per i 12 mesi dovrebbe essere del -4,5%. L'export continua a rappresentare il principale motore del settore della pelletteria, contribuendo, come nel 2024, a oltre l'85% del fatturato complessivo del settore. Nei primi otto mesi dell'anno le esportazioni hanno raggiunto un valore di 6,34 miliardi di euro, segnando però una contrazione del -7,6% rispetto allo stesso periodo del 2024. In calo anche i volumi: 42,3 milioni di chilogrammi esportati (-5,2%) e un prezzo medio al chilo che si è attestato a 149,85 euro

(-2,5%). I dati preliminari di settembre, però, indicano un saldo cumulato a nove mesi in recupero. Sul piano merceologico, nei primi otto mesi sono calati sia i manufatti in pelle, che con quasi 4,5 miliardi di euro rappresentano oltre il 70% dell'export totale (-4%), sia i prodotti in materiali alternativi, che scendono a 1,9 miliardi (-15%). Tra le categorie, le borse si confermano di gran lunga il primo articolo esportato, con 4,4 miliardi di euro e circa il 70% del totale, nonostante un calo complessivo del -9%. Seguono la piccola pelletteria, in

Exports: EU More Resilient, Non-EU Markets Still Challenged

Analysis of export destinations shows a less penalising trend for EU markets, which fell by -2.7% in value and -4.2% in volume, compared with non-EU countries, where declines reached around -10% in value and -7.2% in kilograms, remaining well below pre-pandemic levels (-23.3% compared to 2019). Within the EU, Germany stands out with a 15.5% increase, ranking fifth by value, while France, the primary market, recorded a contraction of -3.2% in the first eight months of 2025. Other major EU markets suffered steeper losses: Spain limited the decline to -5.9%, while Poland, the Netherlands, Austria, Greece, and Romania experienced decreases exceeding -10%. Outside the EU, performance was uneven. Positive results were observed in the Middle East (+13.2%), driven by the United Arab Emirates (+19.4%) and Qatar (+35.4%), and in Turkey (+17.5%). The United States saw moderate growth (+4%), supported by the months preceding the introduction of

ITALIAN TRADE EXCHANGE IN LEATHER GOODS FIRST 8 MONTHS OF 2025 comparison with the same period in 2024

EXPORT	Value (Millions of euro)	Quantity (Millions of KG)	Average price EUR/KG
January / August 2024	6,860.59	44.6	153.72
January / August 2025	6,341.51	42.3	149.85
%chg	-7.6%	-5.2%	-2.5%

IMPORT	Value (Millions of euro)	Quantity (Millions of KG)	Average price EUR/KG
January / August 2024	2,323.56	94.9	24.49
January / August 2025	2,418.39	109.3	22.13
%chg	4.1%	15.2%	-9.6%

TRADE BALANCE	Value (Millions of euro)
January / August 2024	4,537.03
January / August 2025	3,923.12
%chg	-13.5%

Source: Centro Studi Confindustria
Accessori Moda on ISTAT data.

flessione più contenuta (-3,4%), e le cinture, sostanzialmente stabili in valore e in crescita nei volumi.

Export: UE più resiliente, extra-UE ancora in forte difficoltà
L'analisi delle destinazioni conferma un andamento meno penalizzante per i mercati dell'Unione europea, che registrano un calo del -2,7% in valore e del -4,2% in volume, rispetto ai Paesi extra-UE, dove le flessioni si attestano attorno al 10% in valore e al -7,2% nei chili, restando ancora ben al di sotto dei livelli pre-pandemia (-23,3% sul 2019). All'interno dell'UE spicca la Germania, in crescita del 15,5%

e quinta destinazione per valore, mentre la Francia, primo mercato di riferimento, segna una contrazione del -3,2% nei primi otto mesi del 2025. Più marcate le perdite negli altri principali Paesi comunitari: la Spagna limita il calo al -5,9%, ma Polonia, Paesi Bassi, Austria, Grecia e Romania superano il -10%. Fuori dall'Unione il quadro è disomogeneo. Performance positive si registrano in Medio Oriente (+13,2%), trainato da Emirati Arabi Uniti (+19,4%) e Qatar (+35,4%), e in Turchia (+17,5%). Gli Stati Uniti mostrano un moderato aumento (+4%), sostenuto nei mesi precedenti all'entrata in

vigore dei nuovi dazi, seguiti però da un brusco calo ad agosto (-17%). L'impatto complessivo delle misure tariffarie resta incerto: per il 56% delle aziende esportatrici negli USA l'effetto è stato limitato, ma il 44% segnala conseguenze significative. In forte sofferenza il Far East, con una contrazione complessiva del 16% e cali diffusi in tutti i principali mercati asiatici, e la Russia, che perde il -16,2% e scende al 21° posto tra le destinazioni. In negativo anche Regno Unito, Canada e Australia. Nel complesso, emerge un quadro dominato da trend sfavorevoli nella maggior parte dei principali mercati di sbocco, sia

new tariffs, followed by a sharp drop in August (-17%). The overall impact of tariff measures remains uncertain: 56% of exporting companies reported limited effects, while 44% noted significant consequences. The Far East suffered strongly, with an overall contraction of 16% and widespread declines across all major Asian markets, while Russia lost -16.2%, falling to 21st place among destinations. Negative results were also seen in the United Kingdom, Canada, and Australia. Overall, the picture is dominated by unfavourable trends

in most key markets, both within and outside the European Union.

Imports: Recovery in 2025 After 2024 Decline

After the 2024 decline (-7.7% in value), imports into Italy rose in the first eight months of 2025, up +4.1% in value and +15.2% in weight, with an average price per kilogram down by 9.6%. Imported goods totalled 2.42 billion euro, equal to 109.3 million kg, of which only 12% was leather. China remained the leading supplier (+3.3% in value, +8% in weight), accounting for over 55% of total

imports, with some of the lowest prices (11.19 euro/kg), followed by Vietnam (7.47 euro/kg). Spain also maintained a positive trend, likely due to logistical strategies of large distributors and e-commerce platforms. The sector's trade balance remained positive at 3.92 billion euro, although down -13.5% compared to the same period in 2024.

Domestic Consumption Declining: Made in Italy Bears the Caution of Italian Consumers
Despite the positive contribution of foreign tourism (+4% arrivals

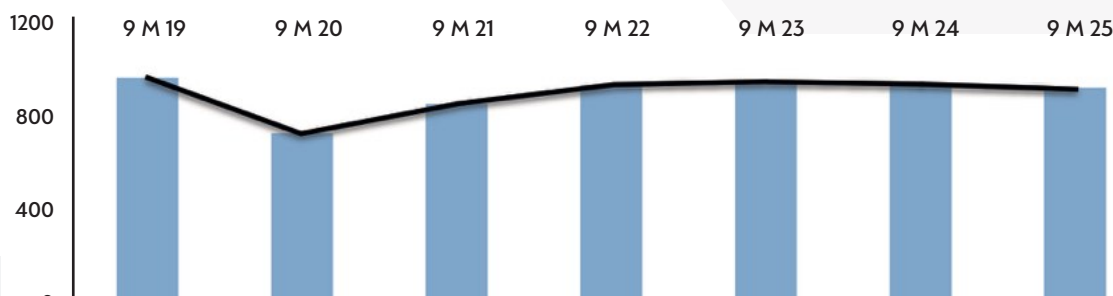
ITALY MARKET

ISTAT monthly index of retail sales value

(referring to "Leather and travel goods + footwear" products, raw data). Base 2021=100. Cumulative data.

Index value

Index value and % change from previous year



First nine months of 2025: -2.2% compared to the same months in 2024 (and -4.5% compared to January-September 2019, pre-COVID)

Source: ISTAT; processed by Confindustria Accessori Moda on December 5, 2025

primo piano mercati

all'interno sia al di fuori dell'Unione europea.

Importazioni: ripresa nel 2025 dopo il calo del 2024

Dopo la flessione del 2024 (-7.7% in valore), nei primi otto mesi del 2025 le importazioni in Italia crescono del +4.1% in valore e del +15.2% in peso, con una riduzione del prezzo medio al kg del 9.6%. I beni importati ammontano a 2,42 miliardi di euro, pari a 109,3

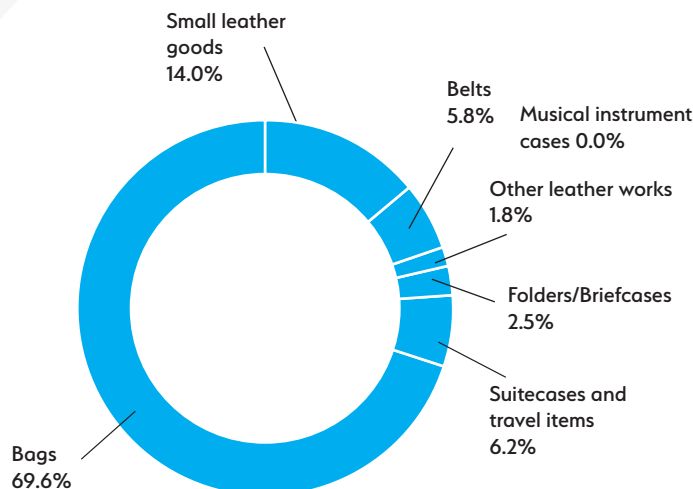
milioni di kg, di cui solo il 12% in pelle. La Cina resta il principale fornitore (+3,3% in valore, +8% in kg), con oltre il 55% del totale importato e prezzi tra i più bassi (11,19 euro/kg), seguita dal Vietnam (7,47 euro/kg). Si conferma anche il trend positivo della Spagna, probabilmente legato a strategie logistiche di grandi distributori e piattaforme e-commerce. Il saldo commerciale del settore rimane positivo a 3,92 miliardi di euro, ma mostra un calo del -13,5% rispetto

allo stesso periodo del 2024.

Consumi interni in calo: il Made in Italy paga la cautela degli italiani

Nonostante il contributo positivo del turismo straniero (+4% arrivi e +5% spesa nei primi 9 mesi del 2025), i consumi interni di pelletteria e calzature restano in difficoltà. Le vendite al dettaglio segnano un -2,2% rispetto allo stesso periodo 2024, ampliando il divario rispetto al 2019 al -4,5%.

**EXPORTS: PERCENTAGE OF PRODUCTS OUT OF TOTAL VALUE
FIRST 8 MONTHS OF 2025**



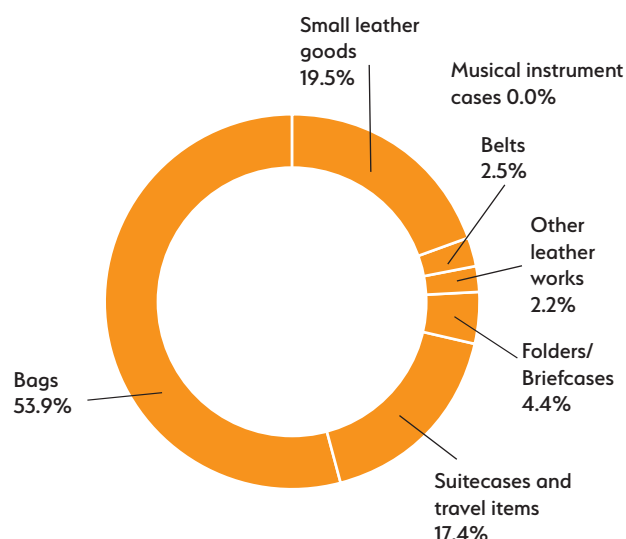
and +5% spending in the first nine months of 2025), domestic consumption of leather goods and footwear remains weak. Retail sales fell by -2.2% compared to the same period in 2024, widening the gap with 2019 to -4.5%. The first three quarters showed fluctuating trends: a subdued start, a stable second phase, and a further decline in the third, with September particularly weak (-5.8%). The consumption slowdown also affected production: between January and September, the sector lost 110 companies (-2.4%) and 1,346 employees (-2.8%), bringing the total to 4,422 firms and 47,368 workers. According to Confindustria Accessori Moda,

over a third of companies reported worse results in the domestic market than in foreign markets, confirming the fragility of the national scenario.

Made in Italy Leather Goods: Falling Companies and Employment, CIG Remains High

In the first nine months of 2025, all major Italian regions experienced contractions in the number of leather goods companies. Tuscany, home to almost half of national firms (49.5%) and over half of employees (52.5%), lost 33 companies (-1.5%) and 740 workers (-2.9%). Campania saw a more marked percentage drop in employment (-5.6%). Only Lazio

**IMPORTS: PERCENTAGE OF PRODUCTS OUT OF TOTAL VALUE
FIRST 8 MONTHS OF 2025**



(+53 employees) and Puglia (+6) showed positive trends. Company forecasts confirm stability for 76% of firms but decreases (17%) are twice the number of increases (7%), suggesting a final quarter without significant improvements. Hours of wage guarantee schemes (CIG, Cassa Integrazione Guadagni) rose slightly (+2.5%), reaching 26.7 million in the first nine months, still more than four times pre-Covid 2019 levels. Regional trends were uneven: Tuscany (+56.8%), Marche (+10.8%), and Emilia-Romagna (+7.9%) grew, while Campania (-14.2%), Veneto and Puglia (around -20%), and Lombardy (-46.4%) declined. ◀

I primi tre trimestri mostrano trend altalenanti: un inizio sottotono, una seconda fase stabile e una terza in ulteriore calo, con settembre particolarmente debole (-5,8%). La debolezza dei consumi si riflette anche sul tessuto produttivo: tra gennaio e settembre il comparto ha perso 110 imprese (-2,4%) e 1.346 addetti (-2,8%), portando il totale a 4.422 aziende e 47.368 lavoratori. Secondo le rilevazioni di Confindustria Accessori Moda, oltre un terzo delle aziende segnala risultati peggiori sul mercato nazionale rispetto ai mercati esteri, confermando uno scenario interno ancora fragile.

Pelletteria Made in Italy: riduzione di imprese e occupazione, la CIG resta elevata
Nei primi nove mesi del 2025, tutte le principali regioni italiane registrano contrazioni nel numero di pelletterie. La Toscana, che concentra quasi la metà delle imprese nazionali (49,5%) e oltre la metà degli addetti (52,5%), perde 33 aziende (-1,5%) e 740 lavoratori (-2,9%). In Campania la flessione occupazionale è più marcata in percentuale (-5,6%). Solo Lazio (+53 addetti) e Puglia (+6) mostrano trend positivi. Le previsioni aziendali confermano stabilità per il 76% delle imprese, ma le diminuzioni (17%) superano

di due volte gli incrementi (7%), suggerendo un ultimo trimestre senza miglioramenti significativi. In lieve aumento le ore di cassa integrazione guadagni (+2,5%), che nei primi nove mesi raggiungono 26,7 milioni, con livelli ancora oltre quattro volte superiori al periodo pre-Covid 2019. Gli andamenti regionali sono eterogenei: crescono Toscana (+56,8%), Marche (+10,8%) ed Emilia-Romagna (+7,9%), mentre calano Campania (-14,2%), Veneto e Puglia (circa -20%) e Lombardia (-46,4%).

Federmacchine: turnover down in 2025, stability in 2026 amid weak exports and a recovering domestic market

EU-Mercosur agreement, Bettelli: "Uncertainty is penalising the capital goods sector"



► Following a 2024 already marked by significant critical issues, in 2025 the Italian capital goods manufacturing sector recorded a further decline in turnover. Estimates for 2026 point to a scenario of overall stability, highlighting how the persistence of an uncertain economic environment continues

to have a substantial impact on the operations of companies in the sector. A key factor behind this trend is the scaling back of activity in foreign markets. This, in brief, is the picture outlined by the latest analyses carried out by FEDERMACCHINE's Statistics Group, the body

representing Italian manufacturers of capital goods.

According to preliminary data, in 2025 the sector's total turnover in Italy is expected to amount to 51.84 billion euro, marking a 2.1% decrease compared to the previous year. This result is largely affected by the difficulties faced by companies in international markets.

Exports declined to 34.76 billion euro, representing a reduction of 5.4%.

More specifically, based on FEDERMACCHINE Statistics Group analyses using ISTAT data, the main destination markets for Italian-made capital goods in the period January-September 2025 (latest available data) were: the United States, with 2.384 billion euro (-3.1%); Germany, with 1.703 billion euro (-7.9%); France, with 1.153 billion euro (-4.8%); Spain, with 752 million euro (+3.2%); and Poland, with 730 million euro (+18.8%).

primo piano mercati

Federmacchine: fatturato in calo nel 2025, stabilità nel 2026 con export debole e mercato interno in recupero

Accordo UE-Mercosur, Bettelli: "Le incertezze penalizzano il settore dei beni strumentali"

► A seguito di un 2024 già caratterizzato da rilevanti criticità, nel corso del 2025 il settore italiano dei costruttori di beni strumentali ha registrato un'ulteriore contrazione del fatturato. Le stime relative al 2026 indicano uno scenario di sostanziale stabilità, evidenziando come il perdurare di un quadro economico incerto continui a incidere in modo significativo sull'operatività delle imprese del comparto. Un ruolo determinante in tale andamento è attribuibile, in particolare, al ridimensionamento

delle attività sui mercati esteri. Questo è, in sintesi, il quadro delineato dalle più recenti analisi condotte dal Gruppo Statistiche di FEDERMACCHINE, organismo rappresentativo delle aziende italiane produttrici di beni strumentali. In base ai dati preconsuntivi, nel 2025 il volume d'affari complessivo del settore, in Italia, si attesterà a 51.840 milioni di euro, segnando una flessione del 2,1% rispetto all'anno precedente. Tale risultato risente in misura rilevante delle

difficoltà riscontrate dalle imprese sui mercati internazionali. Il valore delle esportazioni è infatti diminuito fino a raggiungere i 34.760 milioni di euro, con una riduzione pari al 5,4%. Più nel dettaglio, secondo le elaborazioni del Gruppo Statistiche su base ISTAT, i principali mercati di destinazione del Made in Italy di settore nel periodo gennaio-settembre 2025 (ultimo dato disponibile) risultano essere: Stati Uniti, con 2.384 milioni di euro (-3,1%); Germania, con 1.703 milioni

On the domestic front, deliveries to the national market showed a reversal in trend, returning to growth and reaching 17.08 billion euro, up 5.3% year on year. This performance was supported by a recovery in domestic demand for machinery, which rose to 27.27 billion euro (+4.8%).

As for 2026, forecasts indicate a broadly unchanged trend. Total turnover is expected to stand at 51.85 billion euro, in line with the level recorded in 2025.

Exports, however, are set to remain negative, falling to 34.55 billion euro, a decrease of 0.6%.

Deliveries by Italian manufacturers are expected to increase slightly, by 1.3%, to 17.3 billion euro, supported by domestic consumption which, thanks to growth of 1.2%, should reach 27.6 billion euro.

Bruno Bettelli, President of FEDERMACCHINE, pointed out that after a phase of strong growth, the capital goods sector is now facing a period of pronounced international instability.

Geopolitical tensions, the crisis of the German economy, US trade policies, ongoing conflicts, and the slowdown of the Chinese market



have all had a negative impact on exports and, consequently, on the sector's overall turnover.

In this context, Bettelli expressed strong concern about the



Bruno Bettelli

uncertainties surrounding the EU-Mercosur agreement, stressing the strategic importance of the area, which represents a market of over 270 million consumers with growing demand for machinery and industrial solutions. Failure to conclude the agreement, according to the President, would risk penalising the competitiveness of Italian companies and favouring international competitors, whereas the agreement would allow fairer access to South American markets and strengthen exports, particularly for high-technology products. ◀

(-7,9%); Francia, con 1.153 milioni (-4,8%); Spagna, con 752 milioni (+3,2%); Polonia, con 730 milioni (+18,8%).

Sul fronte interno, le consegne destinate al mercato nazionale hanno mostrato un'inversione di tendenza, tornando a crescere e raggiungendo i 17.080 milioni di euro, pari a un incremento del 5,3% su base annua. Tale dinamica è stata sostenuta dalla ripresa della domanda interna di macchinari, salita a 27.270 milioni di euro (+4,8%).

Per quanto concerne il 2026, le previsioni indicano un andamento sostanzialmente invariato. Il

fatturato complessivo dovrebbe infatti attestarsi a 51.850 milioni di euro, in linea con il livello registrato nel 2025.

Le esportazioni continueranno tuttavia a evidenziare un segno negativo, scendendo a 34.550 milioni di euro, con una contrazione dello 0,6%.

Le consegne dei produttori italiani sono attese in lieve aumento, pari all'1,3%, fino a 17.300 milioni di euro, sostenute dal consumo domestico che, grazie a una crescita dell'1,2%, dovrebbe raggiungere i 27.600 milioni di euro.

Bruno Bettelli, presidente di FEDERMACCHINE, ha

espresso forte preoccupazione per le incertezze legate all'accordo UE-Mercosur, sottolineando l'importanza strategica dell'area, che rappresenta un bacino di oltre 270 milioni di consumatori con una domanda in crescita di macchinari e soluzioni industriali. La mancata conclusione dell'intesa, secondo il presidente, rischierebbe di penalizzare la competitività delle imprese italiane e di favorire i concorrenti internazionali, mentre l'accordo consentirebbe un accesso più equo ai mercati sudamericani e un rafforzamento dell'export, in particolare per i prodotti ad alto contenuto tecnologico.

Milspeed joins Tecnogi Group

The Benefits of Being Part of a Group



► **TECNO GI Group**, leading global footwear and leather goods reinforcements supplier, has acquired the assets and trade of Milspeed Ltd. The new organization will set the pace for sustainable innovation within footwear industry components and will trade in the market of athletic shoes under the name of “**MILSPEED INTERNATIONAL Ltd**”

Being part of a big international group represents significant benefits for business partners and customers, including:

- improved production efficiency - utilizing Tecno Gi's extrusion expertise will enable more efficient production in thicker counter products; faster production, less waste and cheaper end cost through supply chain purchase power;

- expanded global network – Enhanced worldwide presence and distribution; The global network of Milspeed and Tecno GI will enable greater technical sales support and faster communications along with regional manufacturing in Asia and Europe;
- wider product range – combining the two companies' areas of expertise will create a wider product range supporting diverse customer production requirements;
- deep commitment to sustainability – including recycled and bio materials and lower CO₂ emission products and processes. Production through efficient extrusion with TecnoGi will enable Milspeed International to break even lower records of CO₂ emissions, supporting your own sustainability goals. ◀

primo piano attualità

Milspeed entra a far parte del gruppo Tecnogi

I vantaggi di un Gruppo

► *Il gruppo **TECNO GI**, leader a livello internazionale nei materiali per calzature e pelletteria, ha acquisito la società **Milspeed Ltd**. La nuova organizzazione sarà focalizzata verso una innovazione sostenibile nell'industria della componentistica per calzature e opererà nel mercato della calzatura sportiva con il nome di **MILSPEED INTERNATIONAL LTD**. Entrare a far parte di un gruppo che opera a livello internazionale garantisce una serie di vantaggi per i partner e per i clienti:*

- *una maggiore efficienza produttiva;*

l'utilizzo dell'esperienza di Tecno Gi nel campo dell'estrusione consentirà una produzione più efficiente dei prodotti dagli spessori più alti. Produzione più rapida, meno scarti e costi finali più bassi grazie al potere d'acquisto esercitato sulla catena di fornitura.

- *un ampliamento della rete globale; maggiore presenza e distribuzione a livello mondiale. La rete globale di Milspeed e Tecno Gi consentirà un maggiore supporto tecnico – commerciale e comunicazioni più rapide, oltre alla produzione localizzata in Asia ed in Europa.*

- *una gamma di prodotti più ampia, la combinazione delle aree di competenza delle due aziende creerà una gamma di prodotti più ampia, in grado di soddisfare le diverse esigenze di produzione dei clienti.*
- *un profondo impegno per la sostenibilità che comprende materiali riciclati e bio-materiali, prodotti e processi a basse emissioni di CO₂. L'efficienza della produzione Tecno Gi consentirà a Milspeed International di registrare livelli di emissioni di CO₂ ancora più bassi, sostenendo gli obiettivi di sostenibilità dei clienti.*

LINEAPELLE

INTERNATIONAL LEATHER FAIR



THE UNBOUND

11 12 13 FEBRUARY 2026

SUMMER 27 FIERA MILANO RHO WWW.LINEAPELLE-FAIR.IT

Leadership change in the Italian federation of capital goods manufacturers

FEDERMACCHINE:

Gian Paolo Crasta appointed Secretary General



► **FEDERMACCHINE**, the federation of Italian manufacturers of capital goods bringing together 12 sector associations representing the entire machinery industry, has announced the appointment of Gian Paolo Crasta as Secretary General. Mr. Crasta succeeds Alfredo Mariotti, who is stepping down after more than thirty years of service to the Italian capital goods system.

The associations that belong to FEDERMACCHINE include ACIMAC (ceramics machinery), ACIMALL (woodworking), ACIMGA (paper converting and printing), ACIMIT (textile machinery), ASSOMAC (leather goods and footwear machinery), AMAPLAST (plastics and rubber), AMAFOND (foundry), CONFINDUSTRIA MARMOMACCHINE (natural stone), GIMAV (glass), UCIMA (packaging), UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE (machine tools) and FEDERTEC (power transmission and fluid power technologies).

Gian Paolo Crasta, 46, is currently Director General of ACIMAC and UCIMA. His appointment is part of a path of continuity and strengthening of FEDERMACCHINE's activities, which represents

a strategic sector for Italian industry, generating total annual revenues of more than 50 billion euro and characterised by a strong international orientation. In bidding farewell to Alfredo Mariotti, the federation acknowledged the decisive role he has played over more than three decades, during which he made a significant contribution to the development, growth and consolidation of the organisation's international positioning. President Bruno Bettelli stressed that Crasta's appointment responds to the need to strengthen the sector's representation vis-à-vis national and European institutions, supporting companies in the challenges of technological transition, international competitiveness and the protection of manufacturing as a strategic asset for the country. ◀

primo piano attualità

Avvicendamento ai vertici della federazione dei costruttori italiani di beni strumentali

Federmacchine: ww nominato Segretario Generale

► **FEDERMACCHINE**, la federazione dei costruttori italiani di beni strumentali che riunisce 12 associazioni rappresentative dell'intero comparto del machinery, annuncia la nomina di Gian Paolo Crasta a Segretario Generale. Crasta succede ad Alfredo Mariotti, che conclude il proprio incarico dopo oltre trent'anni di attività al servizio del sistema dei beni strumentali italiani. Fanno capo a FEDERMACCHINE le associazioni ACIMAC, ACIMALL, ACIMGA, ACIMIT, ASSOMAC, AMAPLAST, AMAFOND, CONFIN-

DUSTRIA MARMOMACCHINE, GIMAV, UCIMA, UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE e FEDERTEC, a rappresentanza delle principali tecnologie del settore. Gian Paolo Crasta, 46 anni, è attualmente Direttore Generale di ACIMAC e UCIMA. La sua nomina si inserisce in un percorso di continuità e rafforzamento dell'azione della federazione, che rappresenta un comparto strategico per l'industria nazionale, con oltre 50 miliardi di euro di fatturato annuo e una forte proiezione sui mercati esteri. Nel salutare Alfre-

do Mariotti, FEDERMACCHINE ne riconosce il ruolo determinante svolto in oltre tre decenni di attività, che hanno contribuito allo sviluppo e al consolidamento del posizionamento internazionale dell'organizzazione. Il presidente Bruno Bettelli ha sottolineato come la nomina di Crasta risponda all'esigenza di rafforzare la rappresentanza del settore presso le istituzioni nazionali ed europee, accompagnando le imprese nelle sfide della transizione tecnologica, della competitività internazionale e della tutela del manifatturiero italiano.



IFA - ELCHE - ALICANTE **SPAIN**

FUTURMODA 55

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

spring
summer 27

® ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

4 & 5 marzo 2026

SPECIAL
MACHINERY 

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

FUTURMODA.ES



FIRA
ALACANT



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



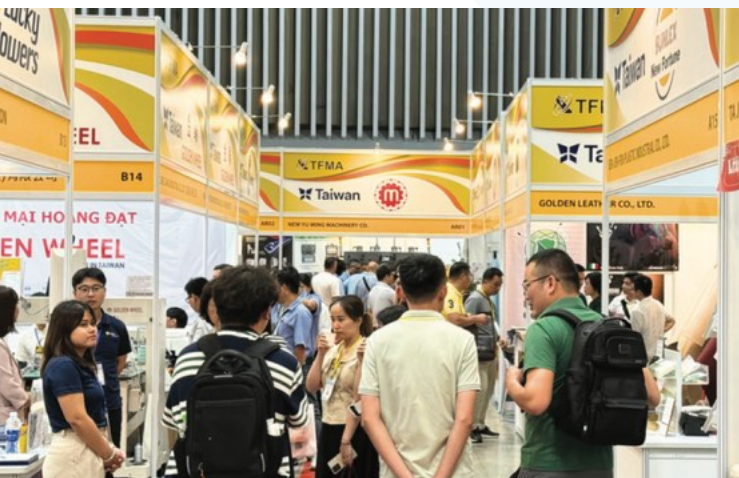
Excelentísimo
AYUNTAMIENTO
de ELCHE



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo

International Shoes and Leather Exhibition – Vietnam

The Asian event strengthened its role



► The 25th edition of the International Shoes and Leather Exhibition – Vietnam, which also incorporated the 25th edition of the International Footwear & Leather Products Exhibition – Vietnam, took place from 9 to 11 July 2025 at the Saigon Exhibition & Convention Centre (SECC). The event confirmed its position as a key meeting point for the Asian and international footwear and leather supply chain, offering a comprehensive

overview of materials, technologies, machinery, and finished products. The exhibition hosted 569 exhibitors from 24 countries and regions across a total exhibition area of 20,000 square metres. The product range covered the entire value chain, from raw materials and advanced technological solutions to finished footwear, bags and luggage, positioning the event as a meeting point for production, innovation and distribution.

The event welcomed 11,583 visitors from 63 countries, further reinforcing its role as a commercial and networking platform for local and international industry professionals. In particular, the section dedicated to finished products facilitated direct meetings between manufacturers and buyers, supporting sourcing activities and cross-border business relations.

Alongside the exhibition area, the programme included a schedule of seminars and thematic forums focusing on trends, sustainability and technological innovation.

Key topics addressed included fashion forecasts for the Spring/Summer 2026 season (MODEUROPE), applications of 3D printing in the footwear industry, the integration of artificial intelligence with production expertise, sustainable foaming solutions (SOLVAY), the implementation of the ZDHC programme in Vietnam, comfort measurement methodologies (SATRA), and business-matching activities promoted by LEFASO. Overall, the 2025 edition confirmed the event's role as a technical, commercial and informational exchange platform for the global footwear and leather sector. ◀



primo piano
fiere

International Shoes and Leather Exhibition – Vietnam

L'appuntamento asiatico ha consolidato il suo ruolo

► La 25° edizione dell'International Shoes and Leather Exhibition – Vietnam, che incorporava anche la 25° edizione dell'International Footwear & Leather Products Exhibition – Vietnam, si è svolta dal 9 all'11 luglio 2025 presso il Saigon Exhibition & Convention Center (SECC). La manifestazione ha rappresentato un appuntamento di riferimento per la filiera asiatica e internazionale della calzatura e della pelletteria, offrendo una panoramica completa su materiali, tecnologie, macchinari e prodotti finiti. L'evento ha ospitato 569 espositori

provenienti da 24 Paesi e aree geografiche su una superficie espositiva di 20.000 metri quadrati. La gamma merceologica ha coperto l'intera catena del valore: dalle materie prime e dalle soluzioni tecnologiche avanzate fino alle calzature finite, borse e valigeria, configurandosi come punto di incontro tra produzione, innovazione e distribuzione.

La manifestazione ha accolto 11.583 visitatori provenienti da 63 Paesi, confermando il proprio ruolo di piattaforma commerciale e di networking per operatori locali

e internazionali. In particolare, la sezione dedicata ai prodotti finiti ha favorito incontri diretti tra produttori e buyer, sostenendo le attività di approvvigionamento e le relazioni commerciali transfrontaliere. Accanto all'area espositiva, il programma ha incluso un calendario di seminari e forum tematici dedicati a trend, sostenibilità e innovazione tecnologica. Nel complesso, l'edizione 2025 ha confermato la funzione dell'evento come piattaforma di scambio tecnico, commerciale e informativo per il settore globale della calzatura e della pelle.

2026 INTERNATIONAL SHOES & LEATHER EXHIBITIONS

ONE-STOP SOURCING PLATFORM



GUANGZHOU

Machinery | Material

20 - 22. 5. 2026

Canton Fair Complex Area D
Guangzhou | China



GUANGZHOU

Finished Products

20 - 22. 5. 2026

Canton Fair Complex Area D
Guangzhou | China



HO CHI MINH CITY

Machinery | Material | Finished Products

8 - 10. 7. 2026

Saigon Exhibition and
Convention Center (SECC)
Ho Chi Minh City | Vietnam



HANOI

Machinery | Material | Finished Products

15 - 17. 10. 2026

VIETNAM EXPOSITION CENTER
Hanoi | Vietnam

Tel : (852) 2851 8603

Email : topreput@top-repute.com

Website : www.toprepute.com.hk



WhatsApp



Top Repute

Simac Tanning Tech 2025

The trade fair holds firm and strengthens international dialogue



► The 51st edition of Simac Tanning Tech (Fiera Milano Rho, 23-25 September 2025, Milan, Italy) sent the sector a clear and unmistakable message: in a phase of profound global uncertainty, direct dialogue among companies, technologies and markets remains an indispensable tool. The event dedicated to

technologies and machinery for the footwear, leather goods, and tanning industries proved once again its role as a key meeting point for a supply chain that looks to innovation as a lever for resilience and renewed growth. The international profile of the event clearly emerges from the figures. Attendance exceeded 7,000 visits, with

foreign visitors accounting for 49% of the total. International participation was also significant on the exhibition side: 25% of exhibiting companies came from abroad, representing around 20 countries. This result was supported by the contribution of Agenzia ICE and by the collaboration with Lineapelle, which generated over 9,000 cross-visits between the two events, creating a continuous flow between technology and materials.

This dynamism is set against an industrial backdrop that, while under pressure, remains structurally sound. The Italian industry producing machinery for footwear, leather goods, and tanning currently comprises 225 active companies and records export value of 385 million euro. In recent years, the number of companies and employees has remained broadly stable, confirming the

primo piano
fiere

Simac Tanning Tech 2025

La fiera tiene e rafforza il confronto internazionale

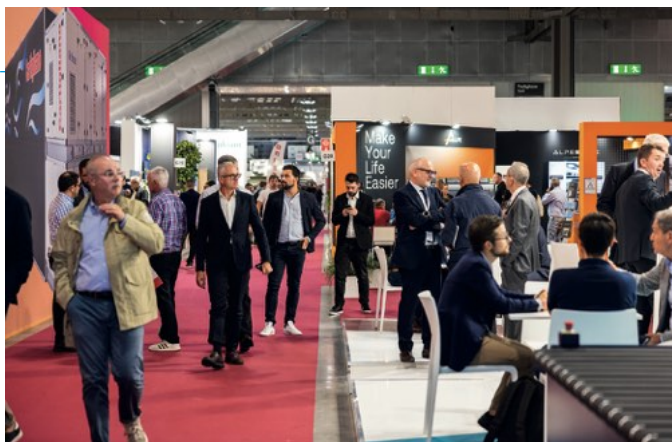
► La 51ª edizione di Simac Tanning Tech (Fiera Milano Rho- 23/25 settembre 2025, Milano-Italia) ha inviato al settore un messaggio chiaro e inconfutabile: in una fase di forte incertezza globale, il confronto diretto tra imprese, tecnologie e mercati resta uno strumento imprescindibile. La manifestazione dedicata alle tecnologie e ai macchinari per le industrie calzaturiera, pelletteria e conciaria ha confermato il proprio ruolo di appuntamento centrale per una filiera che guarda all'innovazione come leva di tenuta e rilancio.

Il profilo internazionale dell'evento emerge con forza dai numeri. Gli accessi hanno superato quota 7.000, con una componente estera pari al 49% dei visitatori e una presenza internazionale significativa anche sul fronte espositivo: il 25% delle aziende proveniva dall'estero, in rappresentanza di circa 20 Paesi. Un risultato favorito dal supporto di Agenzia ICE e dalla collaborazione con Lineapelle, che ha generato oltre 9.000 passaggi tra le due manifestazioni, creando un flusso continuo tra tecnologia e materiali.

Questo dinamismo si inserisce in un quadro industriale che, pur sotto pressione, mantiene fondamenta solide. L'industria italiana delle macchine per calzature, pelletteria e conciaria conta oggi 225 imprese attive e un valore dell'export pari a 385 milioni di euro. Negli ultimi anni il numero di aziende e di occupati è rimasto sostanzialmente stabile, a conferma della resilienza di una filiera altamente specializzata, cresciuta grazie alla collaborazione strutturale tra costruttori di macchinari e imprese manifatturiere.

resilience of a highly specialised supply chain that has grown thanks to the structured collaboration between machinery manufacturers and manufacturing companies. Since 2024, however, the context has changed. The first half of 2025 saw a 12.8% contraction in exports, because of geopolitical tensions, conflicts and a profound reshaping of supply chains within the fashion system. “We are facing a slowdown phase, but the signals coming from the trade fair should not be underestimated,” observed Mauro Bergozza, President of Assomac. “The sector generates production value of around 650 million euro and employs 3,800 people: a solid industrial base that allows companies to continue investing in innovation. Simac Tanning Tech is the place where, even in complex times, strategic relationships are strengthened and responses for the future are built.”

Alongside its economic dimension, the trade fair offered a structured programme of



content, addressing key topics such as Artificial Intelligence, sustainability, traceability, and European projects for sector innovation. Particular attention was devoted to the African continent, which is becoming increasingly central in the demand for industrial goods and in international cooperation pathways. In this context, a specific focus was placed on Kenya, fostering dialogue between institutions and industry players with the aim of strengthening industrial partnerships and contributing to the development of the local leather-footwear supply chain, while enhancing Italian know-how.

The synergy between Simac Tanning Tech and Lineapelle

moves in the same strategic direction: offering an integrated platform that represents the entire fashion value chain. “In a market that remains complex, Lineapelle continues to stand out as an essential space for dialogue, capable of identifying and shaping new production and commercial paradigms,” stated Gianni Russo.

The closure of the event therefore does not mark an end, but rather the beginning of a new phase of work for companies in the sector. Simac Tanning Tech once again proves to be a benchmark for technology, relationships and industrial vision, capable of supporting the supply chain as it navigates the transformations of an ever-evolving market. ◀

Dal 2024, però, il contesto è cambiato. Il primo semestre del 2025 registra una contrazione delle esportazioni del 12,8%, effetto di tensioni geopolitiche, conflitti e di una profonda revisione delle catene di fornitura nel sistema moda. “Siamo di fronte a una fase di rallentamento, ma i segnali che arrivano dalla fiera non vanno sottovalutati”, ha osservato Mauro Bergozza, presidente di Assomac. “Il comparto genera un valore della produzione di circa 650 milioni di euro e occupa 3.800 addetti: una base industriale solida, che consente alle imprese di continuare a investire in innovazione. Simac

Tanning Tech è il luogo in cui, anche nei momenti complessi, si rafforzano le relazioni strategiche e si costruiscono le risposte per il futuro”. Accanto alla dimensione economica, la fiera ha proposto un articolato programma di contenuti, affrontando temi chiave come Intelligenza Artificiale, sostenibilità, tracciabilità e progetti europei per l'innovazione del settore. Un'attenzione particolare è stata riservata al continente africano, sempre più centrale nella domanda di beni industriali e nei percorsi di cooperazione internazionale. In questo contesto si inserisce il focus

dedicato al Kenya, che ha visto il confronto tra istituzioni e operatori con l'obiettivo di rafforzare il partenariato industriale e contribuire allo sviluppo della filiera pelle-calzatura locale, valorizzando il know-how italiano. La sinergia tra Simac Tanning Tech e Lineapelle si colloca nella stessa direzione strategica: offrire una piattaforma integrata che rappresenti l'intera catena del valore della moda. “In un mercato che resta complesso, Lineapelle si conferma uno spazio indispensabile di confronto per intercettare ed evolvere nuovi paradigmi produttivi e commerciali”, ha dichiarato Gianni Russo.

International
Technology

January
2026

Lineapelle: A Key Appointment for Luxury Manufacturing

Plenty of Ideas to Face Challenging Markets



► Lineapelle confirmed once again, in its latest edition (23–25 September 2025, Fiera Milano Rho, Italy), its role as a benchmark event for the leather, footwear, and leather goods sectors. More broadly, it remains a point of reference for the global luxury, fashion, and design industries. Moreover, with each new edition, the fair strengthens its strategic importance for the furniture and automotive sectors as well. The exhibition – dedicated to

the Autumn/Winter 2026/2027 season – offered a constructive meeting point between supply and demand, with over 21,000 visitors representing demand, and 1,150 exhibiting companies representing supply. Of the visitors, 59% came from Italy, while the remaining 41% represented 109 countries, collectively encompassing more than 7,000 companies across the supply chain. As a laboratory of ideas and innovation, LINEAPELLE

106 engaged and stimulated its community through a series of projects and debates, from the highly attended In The Making workshops to initiatives such as AIMateriality and Lineapelle On The Road, which explored the impact of Artificial Intelligence tools on the fashion industry in depth. In this context, LENA – the first virtual assistant of Lineapelle – was presented, developed in collaboration with Ingenium – Made in Italy Innovation Platform.

Particular attention was drawn to the talk on the relationship between sport and fashion, featuring skiing champion Deborah Compagnoni, Ambassador of the Milano Cortina 2026 Winter Olympics and Paralympics. The fair also attracted strong attendance for a series of scientific and regulatory seminars, which examined the latest developments, challenges, and critical issues facing the leather industry and its supply chain. ◀

primo piano
fiere

Lineapelle, appuntamento chiave per la manifattura del lusso

Tante idee per affrontare la difficoltà dei mercati

► Lineapelle si è confermata anche nella sua ultima edizione (23/25 settembre 2025, Fiera Milano Rho-Italia) un appuntamento di riferimento per i settori conceria, calzatura e pelletteria. In generale per la manifattura globale del lusso, della moda e del design. Inoltre, ad ogni nuova edizione, si rafforza il ruolo strategico di questa fiera anche per i settori arredo e auto. Il salone -dedicato alla stagione Autunno/Inverno 2026/2027- è stato l'occasione per un incontro costruttivo tra domanda e offerta, la prima rappresentata da oltre

21000 visitatori la seconda da 1150 aziende espositrici. Gli operatori presenti in fiera sono arrivati per il 59% dall'Italia e per il restante 41% da 109 Paesi, in rappresentanza di oltre 7.000 aziende della filiera. Nella sua veste di laboratorio di idee e futuro, LINEAPELLE 106 ha coinvolto e stimolato la propria community attraverso una serie di progetti e dibattiti, a partire dai sempre molto frequentati workshop di In The Making per arrivare agli appuntamenti con AIMateriality e Lineapelle On The Road, iniziative di approfondimento a 360 gradi

sull'impatto degli strumenti di Intelligenza Artificiale in ambito fashion. A questo proposito, è stata presentata LENA, la prima assistente virtuale di Lineapelle, sviluppata in collaborazione con Ingenium – Made in Italy Innovation Platform. Particolare interesse ha suscitato il talk dedicato al rapporto tra sport e moda, al quale ha partecipato la campionessa di sci Deborah Compagnoni, Ambassador delle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026.



a company of **TECNOGI GROUP**

TOE PUFF AND COUNTER MATERIALS FOR SPORT SHOES.



WE RECYCLED END OF LIFE FISHING NETS, REDUCING THE IMPACT IN OUR OCEANS.

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

MILSPEED INTERNATIONAL Ltd - Willow Court, Bourton Industrial Park, Bourton on the Water, Gloucestershire GL54 2HQ, United Kingdom

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



► 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

Rassegna materiali 2026

I più recenti

► MLM MAZZOLA

La chiusura magnetica, accessorio sempre più in uso nelle produzioni di borse, viene prodotta da MLM MAZZOLA in un'infinità di varianti che comprendono dalle più disparate rifiniture e spessori alle diverse personalizzazioni richieste dal cliente.

Le più recenti proposte di chiusure magnetiche prodotte dall'azienda, sono destinate ad una fascia alta di gamma: si tratta di accessori rinnovati sia sotto il profilo tecnico

sia per quanto concerne lo styling. Le nuove chiusure magnetiche firmate MLM sono disponibili con diametri di diverse misure; vengono costruite con un doppio magnete che permette l'auto centratura; montano magneti molto potenti e si distinguono per lo spessore che può essere veramente ridotto rispetto agli standard tradizionali.

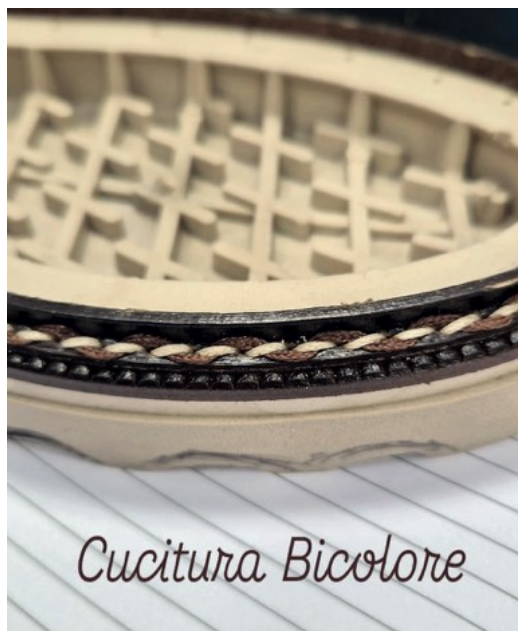
La laccatura trasparente garantisce, inoltre, la più elevata protezione dai graffi e dall'aggressione di agenti atmosferici. Va ricordato

anche che la MLM è da molti anni licenziataria della americana ROMAG®, la quale detiene un particolare brevetto internazionale proprio per la chiusura magnetica. In collaborazione con il prestigioso marchio statunitense, l'azienda italiana, inoltre, ha realizzato di recente una linea di chiusure magnetiche studiate appositamente per il mercato europeo, per il quale ha il mandato di esclusiva per la distribuzione.

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

► GUARDOLIFICIO UNIVERSALE 2.0

Quality and style are the hallmarks of this leather welts manufacturer, which, since its opening in January 2024, has successfully continued the tradition of the historic brand Guardolificio Universale of Vigevano. Specializing in the production of all types of welts for footwear, soles, and leather goods, Guardolificio Universale 2.0 is a proud ambassador of Made in Italy excellence, combining modern machinery with highly skilled craftsmanship. All materials and leathers used are the result of meticulous selection processes, taking into account not only the quality of the product but also its origin: in fact, both leather and hides are



always of the highest grade and sourced from the finest Italian tanneries.

Keenly attuned to the needs of the market, Guardolificio Universale 2.0 works in close collaboration with its clients, building strong partnerships based on mutual commitment — both in terms of product quality and delivery timelines.

► GUARDOLIFICIO UNIVERSALE 2.0

Qualità e stile sono le proposte di questo guardolificio, che, dalla sua apertura (gennaio 2024), porta avanti con successo la tradizione dello storico brand Guardolificio Universale di Vigevano.

Azienda specializzata nella produzione di ogni tipo di guardolo per calzature, suole e articoli di pelletteria, il Guardolificio Universale 2.0 interpreta nel migliore dei modi il

valore del made in Italy, impiegando nel ciclo di lavorazione macchinari moderni e manodopera altamente qualificata. Inoltre i materiali ed i pellami impiegati sono il frutto di una selezione scrupolosa, che tiene conto sia della qualità del prodotto sia della sua provenienza: cuoio e pellame, infatti, non solo sono sempre di primissima scelta ma provengono dalle migliori concerie italiane.

Attenta interprete delle esigenze del mercato il Guardolificio Universale

2.0 lavora in stretto contatto con i suoi clienti, costruendo con loro un rapporto di collaborazione che ha come obiettivo gli impegni presi sia in termini di qualità che in termini di tempi di consegna.

International
Technology

The most

► 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. the Process Factory's sustainable fashion brand issued following the implementation of one or more concrete sustainability projects.

More specifically, CT Point has decided to address the harmful chemicals risk issue in a structured way, that is by integrating in the production cycles activities and controls aimed at gradually eliminating such chemicals presence, in order to protect human health and the environment.

Managing this risk with a systemic approach and following this path also means helping to achieve the 2030 Sustainable Development Goals (SDGs) established by the United Nations.

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.

Thanks to this transition, CT Point will be able to reduce its emissions by 70% for Scope 1 and 2.



primo piano materiali

► 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, società di consulenza internazionale specializzata sui temi della Green Economy, 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 rilasciato a seguito dell'implementazione di uno o più progetti concreti di sostenibilità. Nello specifico, la CT Point ha deciso di affrontare il tema del rischio delle sostanze chimiche tossiche e nocive in modo strutturato, integrando nei cicli di produzione attività e controlli finalizzati a eliminarne gradualmente la presenza a tutela della salute dell'uomo e dell'ambiente.

Gestire questo rischio con approccio sistemico e seguire questo percorso significa anche contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile 2030 adottati dalle Nazioni Unite (SDGs). In linea con la sua mission, l'azienda compie un ulteriore passo in avanti, utilizzando a partire da gennaio 2022 nei propri stabilimenti produttivi soltanto energia green certificata derivante 100% da fonte rinnovabile. Grazie a questa transizione CT Point sarà in grado di ridurre del 70% le proprie emissioni per Scope 1 e 2.



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

With the ECHO product line, the Lombard company reaffirms its commitment to sustainability, focusing on improving working conditions on one hand, and reducing VOC emissions into the atmosphere on the other.

These are water-based adhesives that replace traditional solvent-based ones used in bench operations, while offering high technical standards.

The adhesives in the ECHO line are highly versatile and perform well, helping manufacturers in the sustainable transition from solvent-based to water-based products. The different chemical formulations of ECHO products (PU-based, PCP-based, acrylic-based) solve

bonding issues for various materials such as regenerated leather, rubber, nylon, synthetic fabrics, etc. Their operational flexibility also allows for application using different methods, such as brush, sponge, spray, and automatic applicators.

ECHO HYBRID Line

These products can be used as either single-component or two-component and are ideal for sole application, joinery work, and general bonding tasks. The variation in thixotropic rheology allows the ECHO HYBRID line to be used in robotic systems or manual applications such as brush, sponge, and spray.



► INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI (ICF)

Con la linea di prodotti ECHO l'azienda lombarda conferma il suo impegno verso la sostenibilità, da un lato volto ad un miglioramento delle condizioni di lavoro e dall'altro ad una riduzione delle emissioni in atmosfera di COV.

Si tratta di colle a base acqua che permettono di sostituire, offrendo elevati standard tecnici, gli adesivi tradizionali a base solvente utilizzati nelle operazioni da banco. Gli adesivi della linea ECHO sono altamente versatili e performanti

e facilitano i produttori nella transazione sostenibile, da base solvente a base acqua.

Le diverse formulazioni chimiche dei prodotti ECHO (base PU, base PCP, base acrilica) risolvono gli incollaggi di materiali di diversa natura quali rigenerati di cuoio, gomma, nylon, tessuti sintetici, ecc.

La loro flessibilità operativa consente, inoltre, di applicarli mediante metodiche operative differenti, quali: pennello, spugna, spruzzo e applicatori automatici. Linea ECHO HYBRID

Questi prodotti possono essere utilizzati sia mono che bicomponente e sono indicati per l'applicazione di suole, il lavoro in giunteria e per l'accoppiatura in genere. La diversificazione della reologia tixotropica permette l'utilizzo della linea ECHO HYBRID su impianti robotizzati o applicazioni manuali quali pennello, spugna e spruzzo.

► TECNOGI

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

ECO version – completely recyclable and GRS-certified, to international footwear and leather goods brands.

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

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



primo piano materiali

► TECNOGI

L'azienda, che ha intrapreso la strada della sostenibilità prima che questa diventasse uno dei driver determinanti dell'economia, presenta ai brand internazionali della calzatura e della pelletteria la sua famosa linea TALYN nella versione ECO, completamente riciclabile e certificata GRS.

L'innovazione è rappresentata dalla trasformazione degli scarti produttivi e degli scarti di trasformazione da parte dei clienti, in risorse di valore economico. Ciò ha consentito l'avvio di virtuosi

processi di economia circolare: TECNOGI paga il trasporto degli scarti e il cliente ne evita il conferimento in discarica con il relativo costo.

Lo scarto si trasforma quindi in materia prima, creando valore e coniugando nel modo migliore ecologia ed economia. TECNOGI ha investito negli anni ingenti risorse economiche nella ricerca per progettare, sviluppare e perfezionare tecnologie e processi produttivi che consentissero il riciclo di elevate percentuali di scarto.

Il progetto ha avuto pieno successo perché i prodotti della linea TALYN ECO hanno standard qualitativi elevatissimi con performance meccaniche ed applicative identiche a quelli realizzati con materie prime vergini, raggiungendo in pieno l'obiettivo di ottenere la certificazione GRS con una qualità senza compromessi.

► KENDA FARBEN

For coloring uppers made of "CRUST NATURALE" leather, the company introduces TOLEDO ZERO, a thoroughly tested product that can be easily applied with excellent results using the CR 340, a roller machine manufactured by the mechanical workshop Omav in Vigevano.

This coloring machine has been directly tested by Kenda Farben, which guarantees its ease of use and the uniform distribution of color.

TOLEDO ZERO, in addition to delivering a flawless "leather effect" finish, also allows for quick and efficient sample production: by working on separate components, it is possible to achieve two-tone uppers

with a "hand-dyed" effect (leather/blue, leather/red, leather/gray, or other combinations).

Once the upper has been assembled, applying AQUARELLE MPD002 BEIGE, a universal antiquing agent, creates an "aniline/hand-dyed" effect on all colors. Thanks to this next-generation chemical product, it is possible to significantly reduce the amount of leather stock needed, both for standard production and for special processing. Upon request, the company also performs tests using leather samples provided by the customer.



► KENDA FARBEN

Per la colorazione di tomaie in "CRUST NATURALE" l'azienda presenta TOLEDO ZERO, un prodotto largamente collaudato che può essere applicato facilmente, e con ottimi risultati, impiegando la CR 340, una macchina a rullo prodotta dall'officina meccanica di Vigevano Omav. Questa coloratrice è stata testata direttamente dalla Kenda Farben che ne assicura facilità di impiego e una distribuzione uniforme del colore.

TOLEDO ZERO, oltre al perfetto risultato "effetto pelle", permette una facile e veloce realizzazione del campionario: lavorando sui

componenti separati, infatti, si possono ottenere tomaie bi-colore con effetto "tinto a mano" (cuoio/blu, cuoio/rosso, cuoio/grigio o altri). Una volta montata la tomaia, applicando AQUARELLE MPD002 BEIGE, anticante universale, si ottiene un effetto "anilina/tinto a mano" su tutti i colori.

Grazie a questo prodotto chimico di ultima generazione è possibile ridurre drasticamente il numero di pellami in magazzino, sia per lavorazioni standard sia per produzioni particolari. Su richiesta l'azienda esegue test con campioni di pelle forniti dal cliente.

► 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 e prodotti. Un passaggio obbligato, quest'ultimo, che permette alla Carnevali di soddisfare le crescenti esigenze del mercato.

Tra le sue ultime proposte figura l'articolo Barcellona, un materiale che apre nuove prospettive per l'impiego della pelle riciclata. Barcellona è più di un materiale: è

The most

► LUIGI CARNEVALI

Sustainability is one of the company's core values. Carnevali has long embarked on a journey toward both corporate and product certification. In the meantime, it continues to invest in research and the development of new services and products — a necessary step that enables Carnevali to meet the growing demands of the market.

Among its latest innovations is the Barcellona article, a material that opens new horizons for the use of recycled leather.

Barcellona is more than just a material: it is the result

of a forward-thinking project, born from the fusion of environmental awareness, functionality, and attention to detail.

Designed for professionals in the fashion and accessories industries with a contemporary outlook, Barcellona stands out for its ability to combine technical reliability with style.

KEY FEATURES:

- **Responsible origin:** made from recycled leather, Barcellona can be supplied with GRS (Global Recycled Standard) certification, supporting traceable production that complies with environmental standards;
- **Versatile for a wide range of projects:** available in two thicknesses (1.1 mm and 1.4 mm) and an extensive color palette, it lends itself to multiple applications such as footwear, leather goods, and fashion accessories. Custom versions are also available;
- **Proven performance:** the material has been developed to ensure resistance to mechanical stress and external elements, while preserving its original appearance and structure over time;
- **Production efficiency:** supplied in sheets of 1 x 1.40 meters, it enables optimal waste management, supporting more efficient and sustainable production processes.



primo piano materiali

il risultato di un progetto orientato al futuro, nato dall'incontro tra consapevolezza ecologica, funzionalità e cura del dettaglio.

Pensato per chi lavora nei settori della moda e degli accessori con una visione contemporanea, Barcellona si distingue per la sua capacità di coniugare affidabilità tecnica e stile.

Caratteristiche principali:

- **Origine responsabile:** composto da pelle riciclata, Barcellona può essere fornito con certificazione GRS (Global Recycled Standard), a supporto di una produzione tracciabile e attenta agli standard ambientali;
- **Adattabilità ai progetti**

***più diversi:** proposto in due spessori (1,1 mm e 1,4 mm) e in una gamma cromatica ampia, si presta a molteplici utilizzi: calzature, pelletteria, accessori moda. Sono possibili anche versioni su misura;*

*• **Performance collaudate:** il materiale è stato sviluppato per garantire resistenza alle sollecitazioni meccaniche e agli agenti esterni, mantenendo nel tempo l'aspetto e la struttura originaria;*

*• **Efficienza produttiva:** fornito in fogli da 1 x 1,40 metri, consente una gestione ottimale degli sfridi, supportando processi produttivi più efficienti e sostenibili.*

► SELASTI

Nel settore calzaturiero la ricerca di materiali innovativi e sostenibili non è più un'opzione, ma una necessità. È da questa consapevolezza che nasce NSIDE, la linea di compound ecoconsapevoli firmata Selasti, che ridefinisce il concetto di responsabilità ambientale nei materiali per la calzatura. Con fino all'85% di componenti Bio-Based® e fino al 65% di materiale riciclato nei materiali GSide®, NSIDE coniuga performance, estetica e attenzione per il pianeta, certificate per la loro qualità anche dal marchio TUV. Ed è all'interno di questa visione

► SELASTI

In the footwear industry, the search for innovative and sustainable materials is no longer an option — it's a necessity. This awareness led to the creation of NSIDE, Selasti's line of eco-conscious compounds, which redefines the concept of environmental responsibility in footwear materials.

With up to 85% Bio-Based® components and up to 65% recycled content in GSide® materials, NSIDE combines performance, aesthetics, and care for the planet, certified for quality by TÜV.

Within this vision comes Selasti's latest innovation: FOOD WASTE.

Derived from pre-consumer food scraps sourced from Italian companies, FOOD WASTE is a bio-compound created by blending organic residues with an E.V.A. base, either traditional or Bio-Based®.

The result is a technical and versatile material, designed for applications ranging from soles to accessories, while maintaining Selasti's signature qualities: flexibility, durability, lightness, and endless colour possibilities.

But FOOD WASTE is more than just a new material — it's a new way of thinking. It demonstrates that what is usually discarded can become a valuable resource, helping close the loop of the circular economy and significantly reducing the overall environmental impact of production.

Within the NSIDE line, FOOD WASTE works in synergy with BioBased™ E.V.A., a compound derived from bio-ethylene extracted from sugarcane. With a significant percentage of plant-based carbon, this material offers technical performance comparable to fossil-based polymers, while drastically reducing

emissions thanks to the plant's natural ability to absorb CO₂ during its growth cycle.

FOOD WASTE and BioBased™ E.V.A. are not alternative solutions but complementary evolutions: together, they represent a paradigm shift and a concrete step towards a more responsible future — without ever compromising the quality and reliability that make Selasti the ideal partner for footwear design and manufacturing professionals.



che si inserisce la più recente innovazione di Selasti: FOOD WASTE.

Derivato dagli scarti alimentari pre-consumo di aziende italiane, FOOD WASTE è un compound bio che nasce dall'unione tra residui organici e la base in E.V.A., tradizionale o Bio Based®.

Il risultato è un materiale tecnico e versatile, pensato per applicazioni che spaziano dalle suole agli accessori e capace di mantenere le caratteristiche di flessibilità, resistenza, leggerezza e infinite colorazioni tipiche dei prodotti Selasti.

Ma FOOD WASTE non è solo un

nuovo materiale: è un nuovo modo di pensare. È la dimostrazione che anche ciò che viene scartato può diventare una risorsa preziosa, chiudendo il cerchio dell'economia circolare e riducendo l'impatto ambientale complessivo della produzione.

Nella linea NSIDE, FOOD WASTE trova il suo spazio in sinergia con E.V.A. BioBased™, il compound derivato dall'etilene biogenico estratto dalla canna da zucchero. Con una percentuale significativa di carbonio di origine vegetale, questo materiale garantisce prestazioni tecniche comparabili a

quelle dei polimeri fossili, riducendo però drasticamente le emissioni grazie alla capacità della pianta di assorbire CO₂ durante il suo ciclo di crescita.

FOOD WASTE e BioBased™ E.V.A. non sono soluzioni alternative, ma evoluzioni complementari: entrambi rappresentano un cambio di paradigma, una spinta concreta verso un futuro più responsabile, senza mai perdere di vista la qualità e l'affidabilità che fanno di Selasti il partner ideale di professionisti del design e della produzione calzaturiera.

International
Technology

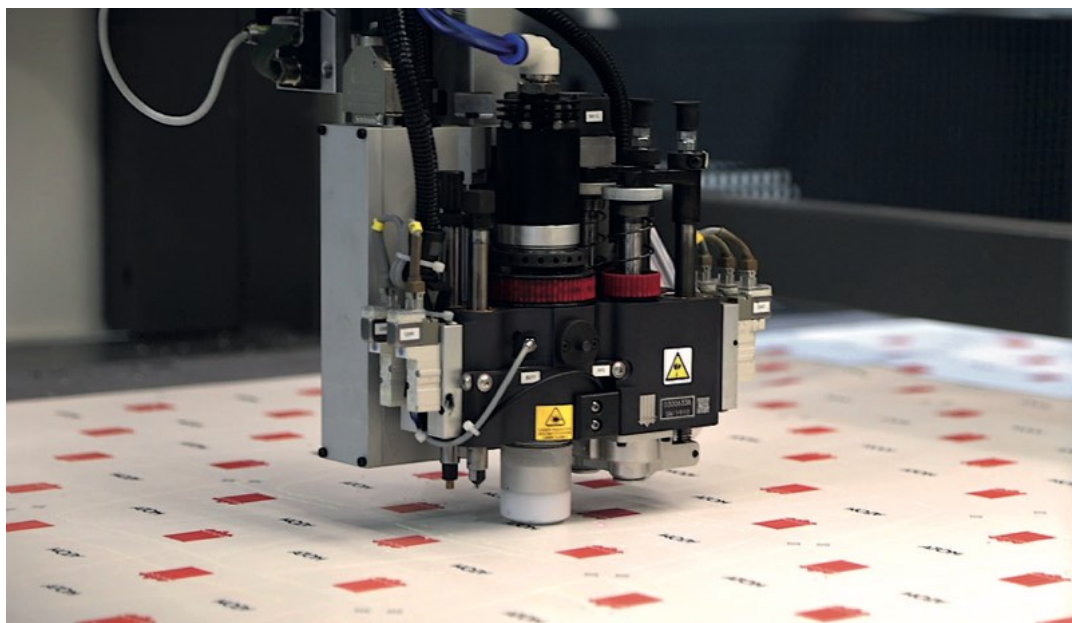
January
2026

The latest

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

The latest

▶ ATOM



ATOM, a benchmark in cutting and design technologies, presented itself at Simac Tanning Tech 2025 with a proposal that places software at the core of an ecosystem designed to improve production efficiency through the digitalization of high-value processes.

The technologies showcased at the exhibition revealed the company's vision of the industry's technological future — one based on integrated hardware, software, and service solutions, empowered by the remarkable capabilities of Artificial Intelligence.

Among the main innovations introduced by ATOM

was a new generation of automatic nesting software, built on AI-driven algorithms.

Unlike traditional deterministic approaches, this new method leverages the experience of skilled cutters—still key figures in production environments—to train the nesting programs to generate optimal layout solutions, exceeding current standards in terms of production efficiency and waste reduction.

The most significant impact of this approach lies in the ability—once these systems are trained—to retain within the company a body of know-how that, until now, was

primo piano tecnologia

Rassegna tecnologica 2026

Le più recenti

▶ ATOM

ATOM, punto di riferimento del settore nelle tecnologie per il taglio e la progettazione, si è presentata al Simac Tanning Tech 2025 con una proposta che ha messo il software al centro di un ecosistema volto all'efficientamento della produzione, tramite la digitalizzazione di processi ad alto valore aggiunto.

Nelle tecnologie esposte in fiera si è visto che la visione dell'azienda sul futuro tecnologico del settore passa dall'offerta di soluzioni integrate di hardware, software e

servizi, supportata dalle incredibili potenzialità dell'AI

Tra le principali novità presentate da ATOM si è potuto prendere contatto con una nuova generazione di software per il piazzamento automatico, basati su algoritmi di intelligenza artificiale.

A differenza degli algoritmi deterministici tradizionali, questo nuovo approccio permette di sfruttare l'esperienza dei tagliatori - ancora oggi figure chiave nelle aziende - per istruire i programmi di nesting a generare soluzioni di piazzamento ottimali, capaci di

superare gli standard attuali in termini di efficienza produttiva e riduzione degli scarti.

La ricaduta più significativa di tale approccio risiede nella possibilità - una volta addestrati tali sistemi - di mantenere all'interno delle aziende stesse un know-how fino ad oggi difficilmente trasformabile in un asset strutturato. Una svolta strategica per tutte quelle realtà che puntano a preservare la propria eccellenza produttiva.

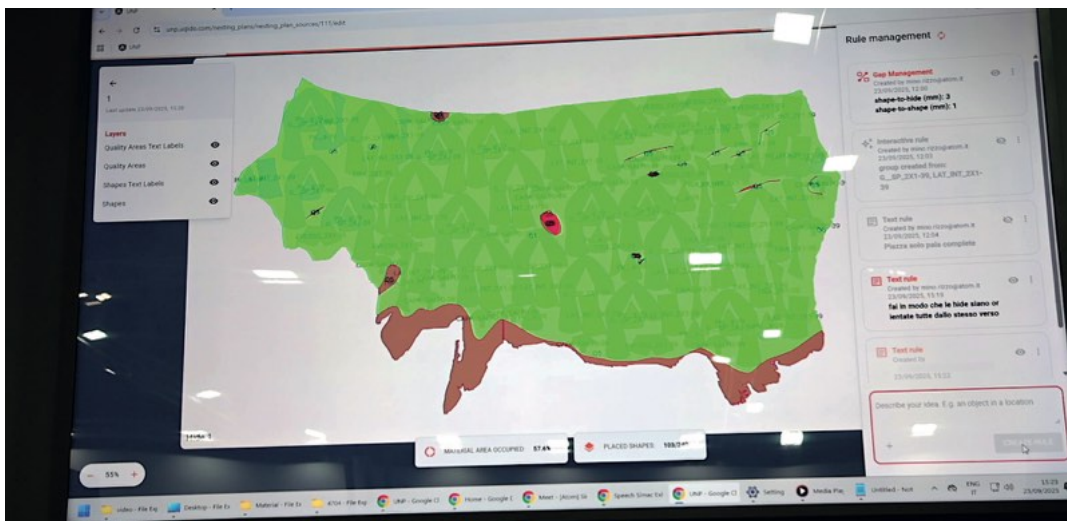
Queste soluzioni di automazione di processo diventano poi, in ottica di

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

difficult to structure and preserve as a tangible asset. A strategic breakthrough for all companies seeking to safeguard and enhance their production excellence. These process automation solutions then become, in line with the Industry 5.0 vision, key components within a broader platform for production monitoring and plant efficiency analysis, designed to provide management with a clear and continuous overview of cutting department performance. The system makes it possible to track every single job, analyse cycle times, monitor resource utilization, and identify bottlenecks. A data-driven approach that enhances planning, maintenance, and process control, enabling the optimization of the Overall Equipment Effectiveness (OEE) of the plant. In this context, software is interpreted as the driving force behind the intelligent use of machines—a synergy that only ATOM can deliver. Indeed, confirming its technological leadership also on the hardware side, the company showcased a comprehensive range of

cutting systems, spanning from inclined-bed machines for prototyping and small to medium-scale production, to gantry systems with dual heads designed for high-volume manufacturing, and flatbed machines ranging from 1.5 up to 6 meters, capable of meeting any production or automation need.

ATOM also consolidates its position as a primary player in fast prototyping, with the launch of the new version of the Shoemaster® 3D CAD Suite, developed to accelerate the creation and industrialization of complete footwear prototypes—both uppers and soles. The suite integrates advanced 2D/3D technical modelling, rendering, and product data management technologies, enabling a seamless workflow from design to production, with the goal of shortening the path from concept to finished product. An essential tool for creating all the digital assets needed to establish an integrated workflow that extends beyond the factory boundaries, dramatically reducing time-to-market.



Industria 5.0, elementi da integrare in una più ampia piattaforma per il monitoraggio della produzione e la stima dell'efficienza degli impianti, pensata per fornire al management una visione chiara e continua delle performance dei reparti di taglio. Il sistema consente di tracciare ogni singola commessa, analizzare i tempi ciclo, monitorare l'utilizzo delle risorse e identificare eventuali colli di bottiglia. Un approccio data-driven che migliora la pianificazione, la manutenzione e il controllo di processo, permettendo di ottimizzare l'OEE dell'impianto. Il software, quindi, interpretato come elemento trainante per

l'utilizzo intelligente delle macchine, in un connubio che solo ATOM può fornire. Difatti, a conferma della propria leadership tecnologica anche sul piano dell'hardware, l'azienda si presenterà con la selezione della sua completissima gamma di sistemi di taglio, che attualmente spazia dalle macchine a piano inclinato, per la prototipia e le piccole-medie produzioni, ai sistemi a portale con doppia testa, pensati per i grandi volumi, fino alle macchine piane con dimensioni che variano da 1,5 fino ai 6 metri, in grado di soddisfare qualunque esigenza produttiva e di automazione. ATOM si rafforza anche come

player primario nel fast prototyping, con il lancio della nuova versione della Suite CAD 3D Shoemaster®, pensata per accelerare la creazione di prototipi completi di calzature e la loro industrializzazione - sia a livello di tomaia che di suola. La suite integra tecnologie avanzate di modellazione tecnica 2D/3D, rendering e gestione dei dati di prodotto, consentendo un workflow continuo tra design, sviluppo e produzione, con l'obiettivo di facilitare il passaggio rapido dal concept al prodotto finito. Uno strumento essenziale per creare tutti gli asset digitali necessari per la realizzazione di un workflow

International
Technology

January
2026

The latest

► TEGO



This model features a 160 cm blade length, a worktable designed to control material measurement (160 x 150 cm), a laser pointer to ensure the precision required for subsequent processing, adjustable clamps for frontal processing, and built-in safety systems.

The CU 160-24 L/P is available in two versions: the L (light) version, intended for processing medium-light materials such as cardboard and soft to medium leather, and the P (heavy) version, designed for cutting heavy materials such as rigid cardboard and medium to heavy leather, including hides up to 3/5 mm thick. In the P version, the machine is also available with a longer 200 cm blade. This model replaces the previous cardboard-cutting machine, increases production efficiency, and ensures operator safety.



The company based in Vigevano has developed a new line of machines designed for squaring and cutting various types of flexible materials, such as cardboard, leather, and other substrates. The standard model CU 160-24 L/P, compact in size, can be easily positioned within the factory and is used for producing linear strips to be inserted into the strip-cutting machine.



primo piano tecnologia

integrato, che si estenda oltre i confini della fabbrica, abbattendo drasticamente il time-to-market.

► TEGO

L'azienda vigevanese ha messo a punto una nuova linea di macchine per squadrare e tagliare materiali flessibili di diverso tipo: cartone, pellami, cuoio, etc.

Il modello standard CU 160-24 L/P, di dimensioni contenute, è facilmente posizionabile all'interno della fabbrica e viene impiegato per la produzione di fasce lineari da inserire nella taglia strisce.

Le caratteristiche di questo modello sono: lunghezza della lama cm 160, piano di lavoro predisposto per il controllo della misurazione del materiale, cm 160 x 150, puntatore laser per garantire la precisione necessaria al lavoro successivo, morsetti regolabili per la lavorazione frontale e sistemi di sicurezza incorporati.

CU 160-24 L/P è disponibile nella versione L (leggera), per la lavorazione di materiali medio-leggeri (cartoni, pellami medio/morbidi), oppure nella versione P (pesante), per il taglio di materiali

pesanti come cartoni rigidi, pellami medio/pesanti tipo cuoio di spessore 3/5 mm. Nella versione P è disponibile anche con lama lunga cm 200.

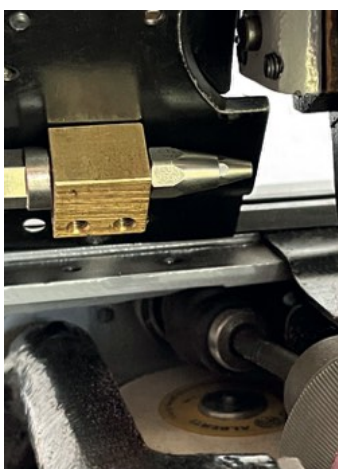
Questa macchina sostituisce la vecchia taglia cartoni, permette produzioni elevate e garantisce la sicurezza dell'operatore.

► FRATELLI ALBERTI

Among the company's latest innovations is a technical accessory designed for its skiving machines: the Model 2671 M, where 'M' stands for 'minimal.' This automatic lubrication system marks a significant evolution over traditional methods in thermoplastic material processing. The main feature of this technical accessory is its spray nozzle, which distributes the lubricant by directing it straight onto the blade edge.

Although all lubricators perform their task well, both the drop system and the nebulizer have the drawback of dispersing a significant amount of liquid onto areas not requiring lubrication. For this reason, these systems are usually mounted on skiving machines with sheet metal tables (as wooden tables would rot), which in turn require more frequent cleaning and routine maintenance.

The 2671 M lubrication system, essentially a blend of the two methods mentioned above, optimizes coolant consumption and reduces routine



maintenance – even when using a wooden table.

Particularly suited for processing plastic and thermoplastic materials, the 'minimal' system utilizes a pneumatic pump to send a precise amount of lubricant to the nozzle. Through a coaxial tube, the lubricant is sprayed onto the blade by means of air.

The lubricant molecules form a thin coating on both sides of the blade, facilitating material glide, reducing friction, and, consequently, minimizing heat generation.



► FRATELLI ALBERTI

Tra le proposte più recenti presentate dall'azienda figura un accessorio tecnico che viene applicato sulle macchine scarnitrici di propria produzione. Si tratta dell'apparecchio modello 2671 M, dove M sta per "minimale": un sistema automatico di lubrificazione, che rappresenta una vera evoluzione rispetto ai processi più tradizionali impiegati nella lavorazione di materiali termoplastici.

La caratteristica essenziale di questo accessorio tecnico è la distribuzione del lubrificante per mezzo di un

ugello nebulizzatore, che punta direttamente sul filo della lama. Seppure tutti i lubrificatori svolgano bene il loro compito, sia il sistema a goccia che il nebulizzatore, entrambi presentano l'inconveniente di disperdere molto liquido nelle parti non interessate alla lubrificazione. Per questo motivo, solitamente, questi sistemi vengono montati su scarnitrici dotate di banchi in lamiera (il tavolo in legno marcirebbe), che richiedono maggiori interventi di pulizia e di manutenzione ordinaria della macchina.

Il sistema di lubrificazione 2671 M,

che di fatto è una sorta di fusione dei due metodi sopra indicati, quindi, permette di ottimizzare il consumo di refrigerante e di ridurre gli interventi di manutenzione ordinaria, anche in presenza del tavolo in legno.

Particolarmente indicato per la lavorazione di materiali plastici e termoplastici, il sistema "minimale", grazie alla dotazione di una pompa pneumatica, invia una piccolissima quantità di lubrificante all'ugello, che, attraverso una tubazione coassiale, viene spruzzato sul coltello per mezzo dell'aria.

International
Technology

January
2026

The latest

MAIN GROUP TECHNOLOGIES

The Venetian company continues to advance along the path of technological innovation, working in partnership with raw material producers and developing ad-hoc technologies that enhance new materials derived from the most advanced scientific research.

Especially in the sports and safety sectors, the footwear industry is increasingly able to leverage high-performance materials, that are both resilient and sustainable. These innovative components ensure high levels of performance in terms of both lightness and durability, while also allowing for great flexibility in product design and customisation. Moreover, they are fully recyclable in line with the eco-sustainability standards – a priority that Main Group has long been committed to, as demonstrated in its Green Solutions initiatives.

The integration of these materials in footwear design and production is only possible thanks to specialised production technologies, which enable the effective use of new materials and full exploitation of their physical and aesthetic properties. During the 2024 edition of Simac, Main Group had the opportunity to present a world preview of some of these



exclusive innovations, providing concrete evidence of the Veneto-based company's commitment to increasingly technological and eco-sustainable production.



primo piano tecnologia

MAIN GROUP TECHNOLOGIES

L'azienda veneta prosegue lungo il cammino dell'innovazione tecnologica, lavorando in partnership con i produttori di materie prime e sviluppando tecnologie ad hoc in grado di valorizzare i nuovi materiali frutto delle ricerche scientifiche più avanzate.

L'industria calzaturiera, soprattutto nei comparti legati allo sport e alla sicurezza, può infatti contare in misura crescente su nuovi materiali sempre più resistenti, performanti

e attenti alla sostenibilità. Questi componenti innovativi garantiscono alti livelli di performance sia in termini di leggerezza che di resistenza e permettono di personalizzare l'estetica del prodotto, offrendo una grande libertà in termini di flessibilità di design.

Sono inoltre interamente riciclabili: non perdono quindi di vista gli standard di ecosostenibilità, ambito a cui Main Group è da sempre molto attenta e in cui lavora da anni anche attraverso Green Solutions. L'utilizzo di questi materiali nel design e nella produzione di

calzature è possibile solo grazie a tecnologie produttive dedicate, che permettono di utilizzare i nuovi materiali e di sfruttarne a pieno tutte le proprietà fisiche ed estetiche: l'edizione 2024 di Simac sarà l'occasione per Main Group per presentare in anteprima assoluta alcune di queste innovazioni esclusive, segno concreto dell'impegno dell'azienda veneta per una produzione sempre più tecnologica ed ecosostenibile.

► AROCA

The Spanish factory specializes in the production of conveyor systems for footwear manufacturers, which allow the manufacture of footwear to be optimised and of maximum quality.

FLEXILINE, its latest offering, is a system that ensures control over production stages, from working times to the desired quality. It is equipped with cameras, acoustic warning systems (sirens), and a screen for overall plant control.

The conveyor system includes machines that are typically

off-line, such as dryers, steamers, and reactivation stations. To optimize operational performance, the system is equipped with a laser control system.

With FLEXILINE, as with all AROCA systems, it is possible to operate in either automatic or manual mode.

Among the advantages offered by FLEXILINE are its production capacity, equivalent to that of two conveyor systems, and a footprint the size of a single line.



► AROCA

La fabbrica spagnola è specializzata nella produzione di manovre per calzaturifici, che consentono di ottimizzare la produzione di calzature della massima qualità.

FLEXILINE, la sua ultima proposta, è un impianto che assicura il controllo delle fasi della produzione, dai tempi di lavoro alla qualità desiderata: è attrezzata di telecamere, sistemi acustici di

avviso (sirena) e uno schermo per il controllo generale dell'impianto.

La manovra include macchine che normalmente sono fuori linea: essiccatori, vaporizzatori e stazioni di riattivazione. Per ottimizzare il risultato operativo la macchina è attrezzata di un sistema laser di controllo.

Con FLEXILINE, come con tutti gli impianti firmati AROCA, è possibile lavorare in modalità

automatica o manuale.

Tra i vantaggi offerti da FLEXILINE vi è la capacità produttiva, pari a quella di due manovre, e un ingombro uguale a quello di una sola linea.

International
Technology

The latest

► COMEC

The new model A/6E machine, produced by the Veneto-based company specialized in the development of technology for the processing of counters, soles, and stiffening pressing machines, is a semi-automatic 3-axis duplicator for producing moulds in aluminium or other rigid materials. The produced mould can be used both on COMEC counter skiving machines and on machines from other manufacturers.

This new system replaces the manual production of moulds, eliminating the need for sample pieces and moulds to duplicate.

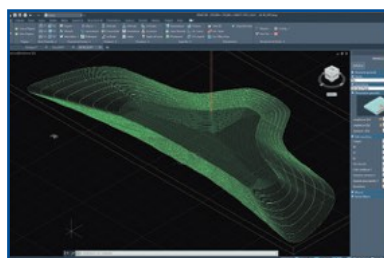
The counter is designed - flat and with skiving - using user-friendly 3D CAD software, which then automatically generates the mould machining program. The resulting mould dimensions are 120 mm in diameter and 180 mm in length.

All machining settings can be modified and saved for future operations.

The machine is also equipped with a suction system to collect processing waste.

Unveiled at Simac 2024, this new model received an enthusiastic response from the many operators visiting the Comec booth.

A/6E



primo piano tecnologia

► COMEC

La nuova macchina modello A/6E, prodotta dall'azienda veneta, che è specializzata nella costruzione di tecnologie per la lavorazione di contrafforti, suole e presse per la garbatura, è un copiatore semi-automatico che lavora su 3 assi, per la produzione di matrici in alluminio o in altri tipi di materiali rigidi: la matrice prodotta può essere usata sia su macchine Scarnitrici per contrafforti COMEC, sia su macchine prodotte da altri marche. Il nuovo sistema viene a sostituire la

produzione manuale delle matrici e permette di eliminare la produzione dei campioni e della matrice da copiare.

Attraverso un software CAD 3D di facile utilizzo si progetta il contrafforte, in piano e con la scarnitura: per conseguenza il sistema genera a sua volta il programma di lavorazione della matrice. Le misure della matrice prodotta sono: diametro 120 mm, lunghezza 180 mm.

I parametri di lavorazione sono

tutti modificabili ed è possibile salvarli per le lavorazioni successive. La macchina, inoltre, è completa di un sistema di aspirazione per la raccolta degli scarti di lavorazione. Presentato al Simac 2024 questo nuovo modello ha avuto un forte riscontro da parte dei numerosi operatori in visita allo stand Comec.



MATERIALS+



The latest

► WINTECH

The latest innovation presented by the Padova-based company at Simac 2024 is a newly designed machine that enables the production of two-colour EVA soles and sandals. EVA, a thermoplastic material widely used in the fashion industry, is prized for its lightness and flexibility. This technology, the result of significant investments in research and development, provides a concrete solution for manufacturers aiming to offer unique and distinctive products.

"We have worked extensively to develop a solution that allows for the automatic production of two-colour EVA articles with an unprecedented level of repeatability," explained Andrea Miotto, Sales Director at Wintech. "The WE203 BiEVA represents a significant advancement in the production cycle,

offering the same operational simplicity as the single-colour process. A standout feature is the complete elimination of the injection feedhead, which previously accounted for 10-15% of production waste. Eliminating this waste provides considerable advantages in terms of costs and time: reduced material consumption, shorter maintenance times, and the removal of the disposal phase."

"We are confident that this technology will have a highly positive impact on the market. Two-colour EVA is increasingly in demand, and our machine is the ideal, safe, and reliable solution to meet this need," Andrea concluded.



primo piano tecnologia

► WINTECH

L'ultima novità presentata dall'azienda di Padova, al Simac 2024, è una macchina di nuova concezione che permette di produrre suole e sandali bicolore in EVA, un materiale termoplastico ampiamente utilizzato nel settore moda, per la sua leggerezza e flessibilità. Questa tecnologia, frutto di importanti investimenti in ricerca e sviluppo, infatti, permette di dare una risposta concreta all'industria che vuole proporre prodotti unici e distintivi.

"Abbiamo lavorato a lungo per sviluppare una soluzione che consentisse di ottenere articoli in

EVA bicolore in modo automatico e con un livello di ripetibilità senza precedenti," spiega Andrea Miotto, Sales Director di Wintech, "La WE203 BiEVA rappresenta un importante passo avanti nel ciclo di produzione, in quanto offre la stessa semplicità operativa del processo monocolor. Un elemento distintivo è l'eliminazione completa della materozza di iniezione, che rappresentava uno scarto di produzione pari al 10-15%.

Aver eliminato questo scarto rappresenta un vantaggio non indifferente in termini di costi e tempi: meno consumo di materiale,

tempi di manutenzione ridotti ed eliminazione della fase di smaltimento".

"Siamo convinti che questa tecnologia avrà un impatto più che positivo sul mercato. L'EVA bicolore, infatti, è un prodotto sempre più richiesto e la nostra macchina rappresenta la soluzione ideale, sicura e affidabile per soddisfare questa domanda", ha concluso Andrea.

► EUROMARCHE

Among the wide range of machines manufactured and marketed for sole production, the Marche-based company presents the TWISTER model line by Benazzato. These are technologies specifically designed for sole processing without the use of templates. One of the distinctive features of each model is the inclusion of mechanical milling tool spindles.

This feature helps reduce extraordinary maintenance times. Additionally, the TWISTER machines are equipped with numerical control and digital motors.

On the market, the TWISTER line is available in the following versions:

- T4: Digital CNC machine without templates, with manual loading of the product to be processed, pneumatic centering system, and dual 5.5 kW spindle;
- T4S: Has the same features as the T4 but includes automatic sole loading: loader controlled by CNC, sole unloading via conveyor belt;
- T4SS: Features automatic sole loading and automatic unloading onto a carousel.

The advantages of milling machines that operate without templates can be summarized as follows:

- High quality of finished work;
- Consistent quality standard, high productivity, cost reduction;
- Production flexibility;
- Capability to work on any type of sole, including long-tail models, without the need to update templates.



► EUROMARCHE

Tra la vasta gamma di macchine costruite e commercializzate, per la produzione di suole, l'azienda marchigiana presenta la linea dei modelli TWISTER della Benazzato.

Si tratta di tecnologie studiate per la lavorazione della suola, senza impiego di dime. Tra le caratteristiche che distinguono ogni modello, va indicata la presenza di mandrini porta fresa meccanici. Un particolare, questo, che permette di ridurre i tempi di manutenzione straordinaria. Le macchine TWISTER, inoltre, sono dotate di

controllo numerico e motori digitali. Sul mercato la linea TWISTER è venduta nelle versioni:

- T4: Macchina a CNC digitale senza dime con caricamento manuale del prodotto da lavorare, centratura con sistema pneumatico, doppio mandrino da 5,5 kW;
- T4S: ha le stesse caratteristiche della T4 ma è attrezzata per il caricamento in automatico delle suole: caricatore comandato da CNC, scarico della suola tramite nastro;
- T4SS: caricamento in automatico delle suole e scarico automatico su giostra.

I vantaggi delle macchine fresatrici che lavorano senza dime si possono riassumere in:

- Alta qualità del lavoro finito;
- Standard qualitativo costante, alta produttività, riduzione dei costi;
- Flessibilità della produzione;
- Possibilità di lavorare su qualsiasi tipo di suola, inclusi i modelli con coda lunga, senza dover aggiornare le dime.

International
Technology

January
2026

► 2025, A RECORD YEAR FOR BIRKENSTOCK

Birkenstock closes its fiscal year with record results. The German footwear group, listed on the NYSE, ended the year on 30 September with revenues of 2.1 billion euro, up 16% at current exchange rates and 18% at constant exchange rates. This was slightly above market expectations of 2.09 billion



euro and was described by the company as a "record" result. Growth was supported by positive performance across all geographical areas, with double-digit increases: the Americas posted +15%, EMEA +14%, while Asia-Pacific stood out with a jump of 31%. By distribution channel, B2B grew by 20%, while direct-to-consumer increased by 11%. Profitability was also solid. Adjusted EBITDA margin reached 31.8%, placing it at the upper end of the range indicated by management, despite a negative impact of around 70 basis points from currency movements. Net profit amounted to 348 million euro, sharply up from 192 million euro in the previous year, representing growth of 82%.

In the fourth quarter, Birkenstock generated revenues of 526 million euro, up 15% on a reported basis and 20% at constant exchange rates. All regions contributed positively: +11% in the Americas, +16% in EMEA, and +33% in Asia-Pacific. The B2B channel rose by 22%, while direct sales increased by 8%. Quarterly net profit reached 94 million euro, up 79% year on year. At the time of the results release, the company also provided its first guidance for fiscal year 2026, forecasting revenue growth of between 10% and 12% (13-15% at constant exchange rates), for expected revenues of between 2.3 and 2.35 billion euro. Adjusted EBITDA margin is expected to be between 30% and 35%.

notizie in breve aziende paesi

► 2025, ANNO RECORD PER BIRKENSTOCK

Birkenstock archivia il proprio esercizio fiscale con numeri da primato. Il gruppo tedesco di calzature, quotato al Nyse, ha chiuso l'anno al 30 settembre con ricavi pari a 2,1 miliardi di euro, in crescita del 16% a cambi correnti e del 18% a cambi costanti. Un risultato leggermente superiore alle attese del mercato, che si fermavano a 2,09 miliardi, e che la società ha definito "record".

La crescita è stata sostenuta da un andamento positivo in tutte le aree geografiche, con incrementi a doppia cifra: le Americhe hanno registrato un +15%, l'area Emea un +14%, mentre l'Asia-Pacifico si è distinta con un balzo del 31%. Sul piano dei canali distributivi, il business B2b ha messo a segno un progresso del 20%, mentre il direct-to-consumer è cresciuto dell'11%. Solida anche la redditività. Il margine ebitda adjusted ha raggiunto il 31,8%, posizionandosi nella parte alta della forchetta indicata dal management, nonostante un impatto negativo

di circa 70 punti base legato alle oscillazioni valutarie. L'utile netto si è attestato a 348 milioni di euro, in forte aumento rispetto ai 192 milioni dell'esercizio precedente, con una crescita dell'82%.

Nel quarto trimestre, Birkenstock ha realizzato ricavi per 526 milioni di euro, in aumento del 15% su base reported e del 20% a cambi costanti. Anche in questo periodo tutte le aree hanno contribuito positivamente: +11% nelle Americhe, +16% in Emea e +33% in Asia-Pacifico. Il canale B2b ha segnato un +22%, mentre le vendite dirette sono cresciute

dell'8%. L'utile netto trimestrale ha raggiunto i 94 milioni di euro, in rialzo del 79% su base annua. In concomitanza con la pubblicazione dei risultati, la società ha fornito le prime indicazioni sul fiscal year 2026, prevedendo una crescita del fatturato compresa tra il 10% e il 12% (13-15% a cambi costanti), per ricavi attesi tra 2,3 e 2,35 miliardi di euro. Il margine ebitda adjusted è stimato tra il 30% e il 35%.

► PUMA STRENGTHENS LIQUIDITY WITH A 600+ MILLION EURO FINANCING DEAL

The German sportswear group has completed a new financial transaction, securing more than 600 million euro in resources through a bridge loan and additional credit lines. The operation, with a maturity of up to two years, is aimed at refinancing drawings under the 1.2 billion euro revolving credit facility and at increasing the overall flexibility of the group's financial structure. Santander Corporate & Investment Banking fully underwrote the 500 million bridge loan. The company stressed that the initiative is part of a broader process to define a long-term financial structure, while at the same time strengthening its relationship with the banking system. According to CFO Markus Neubrand, the transaction confirms partners' confidence in the group's business model and strategy. The liquidity



strengthening comes at a challenging time. In the third quarter Puma posted revenues of 1.9 billion euro, down 15.3% at current exchange rates, with gross margin declining to 45.2%. Adjusted EBIT amounted to 39.5 million euro, while the period closed with a net loss of 62.3 million euro.

Despite the difficult environment, the company has confirmed its goal of becoming a stable top-three player among the world's leading sports brands. The turnaround phase is being led by CEO Arthur Hoeld, who has launched a plan based on lower discounting, stronger marketing, a streamlined product offering and a workforce reduction of around 900 positions.



► OVS BEATS ANALYSTS' EXPECTATIONS: 1.2 BILLION EURO IN REVENUES IN THE FIRST NINE MONTHS OF 2025

The group led by Stefano Beraldo closed the third quarter with net sales up 9% compared with the same period of 2024. Pro-forma growth, excluding Goldenpoint, stood at +4.1%, a result the group describes as positive given a particularly challenging comparison base (+12.8% in Q3 2024 versus 2023). Adjusted EBITDA for the period amounted to 50.6 million euro, up 9.4%. In the first nine months of the year, sales reached 1.2 billion euro, up 5.8% (+2.9% on a pro-forma basis). Adjusted EBITDA came in at 152.3 million euro (+12.6%). In detail, OVS's EBITDA rose to 122.8

million euro, Upim's to 30.5 million euro, improving from 29.3 million euro in the same period of 2024, while Stefanel recorded an increase of around 2 million euro. Adjusted profit before tax amounted to 87.8 million euro (+21.5%). As of 31 October 2025, net financial debt stood at 297.8 million euro, with the leverage ratio down year-on-year. "Third-quarter growth was particularly significant," CEO Stefano Beraldo commented, noting that the group continues to outperform the market. OVS, Upim, and Stefanel performed well, while the first measures implemented at Goldenpoint are beginning to deliver results. Considering the positive trend, the group confirmed its expectations for a solid year-end.

► PUMA RAFFORZA LA LIQUIDITÀ CON UN'OPERAZIONE FINANZIARIA DA OLTRE 600 MILIONI

Il gruppo tedesco dello sportswear ha messo a segno un nuovo intervento sul fronte finanziario, assicurandosi risorse per più di 600 milioni di euro tra prestito ponte e linee di credito aggiuntive. L'operazione, con scadenza fino a due anni, è finalizzata al rifinanziamento degli utilizzi della revolving credit facility da 1,2 miliardi di euro e punta ad ampliare la flessibilità complessiva della struttura

finanziaria. Il prestito ponte da 500 milioni è stato interamente sottoscritto da Santander Corporate & Investment Banking. L'azienda sottolinea che l'iniziativa si inserisce nel percorso di definizione di un assetto finanziario di lungo periodo, rafforzando al contempo il rapporto con il sistema bancario. Secondo il CFO Markus Neubrand, l'operazione conferma la fiducia dei partner nel modello di business e nella strategia del gruppo. Il rafforzamento della liquidità arriva in una fase complessa. Nel terzo trimestre Puma ha registrato ricavi per 1,9

miliardi di euro, in calo del 15,3% a cambi correnti, con un margine lordo sceso al 45,2%. L'ebit rettificato si è attestato a 39,5 milioni di euro, mentre il periodo si è chiuso con una perdita netta di 62,3 milioni. Nonostante il contesto sfidante, la società ha confermato l'obiettivo di entrare stabilmente nel podio dei principali marchi sportivi globali. A guidare la fase di rilancio è il CEO Arthur Hoeld, che ha avviato un piano basato su minori sconti, rafforzamento del marketing, razionalizzazione dell'offerta e una riduzione dell'organico di circa 900 unità.

International
Technology

January
2026



► ITALIAN FASHION RETURNS TO GROWTH

After a prolonged downturn, Italian fashion is showing signs of recovery. In the third quarter of 2025, turnover in the main segments — textiles, apparel, leather, leather goods, and footwear — returned to growth, breaking a sequence of eight consecutive quarters of decline. The announcement was made at the presentation of 'Milano Fashion Week Uomo' (16–20 January 2026), where it was also highlighted that the contraction expected for the full year should be limited to around 3%.

The improvement began in the summer, with July slightly up compared with the same month of 2024, and then strengthened in September, when growth exceeded 5%. This positive trend helped to reduce the overall decline recorded in the first nine months of the year. The situation remains weaker in related sectors, particularly affected by difficulties in jewellery and



eyewear, which are heavily export-dependent. Overall, including related activities, turnover for the first nine months of 2025 shows a decline of 3%. Industrial prices remain under pressure along the textile supply chain, while they

notizie in breve aziende paesi

► OVS SUPERA LE ATTESE DEGLI ANALISTI: FATTURATI 1,2 MILIARDI NEI PRIMI 9 MESI DEL 2025

Il gruppo guidato da Stefano Beraldo ha chiuso il terzo trimestre con vendite nette in crescita del 9% rispetto allo stesso periodo del 2024. La crescita pro-forma, escludendo Goldenpoint, si attesta al +4,1%, un risultato che il gruppo definisce positivo alla luce di una base di confronto particolarmente sfidante (+12,8%

nel terzo trimestre 2024 sul 2023). L'ebitda rettificato del periodo è pari a 50,6 milioni di euro, in aumento del 9,4%. Nei primi nove mesi dell'anno scorso le vendite hanno raggiunto 1,2 miliardi di euro, in crescita del 5,8% (+2,9% pro-forma). L'ebitda rettificato si è attestato a 152,3 milioni di euro (+12,6%). In dettaglio, l'ebitda di Ovs è salito a 30,5 milioni, in miglioramento rispetto ai 29,3 milioni dello stesso periodo del 2024, mentre Stefanel ha registrato un incremento di circa due milioni. Il risultato ante

imposte rettificato ammonta a 87,8 milioni di euro (+21,5%). Al 31 ottobre 2025 l'indebitamento finanziario netto era pari a 297,8 milioni, con un leverage ratio in calo su base annua. «La crescita del terzo trimestre è stata particolarmente rilevante», ha commentato l'AD Stefano Beraldo, sottolineando come il gruppo continui a sovraperformare il mercato. Bene Ovs, Upim e Stefanel, mentre i primi interventi su Goldenpoint iniziano a produrre risultati. Alla luce dell'andamento positivo, il gruppo conferma le attese per una solida chiusura d'esercizio.

► LA MODA ITALIANA TORNA A CRESCERE

Dopo una lunga fase negativa, la moda italiana torna a mostrare segnali di ripresa. Nel terzo trimestre del 2025 il fatturato dei comparti principali — tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature — è tornato a crescere, interrompendo una serie di otto trimestri consecutivi in flessione. L'annuncio è arrivato in occasione della presentazione di Milano Fashion Week Uomo (16–20 gennaio 2026), dove è stato evidenziato come la contrazione prevista per l'intero anno dovrebbe limitarsi a circa il 3%.

are broadly stable in apparel and footwear. By contrast, cosmetics and jewellery continue to register price increases. On the domestic consumption side, the latest data indicate a recovery in sales of apparel and personal care products, while jewellery and footwear remain more uncertain. Internationally, global trade has shown signs of recovery, but textiles and apparel are growing more slowly than other industrial sectors. Exports of Italian fashion are still declining, especially towards key markets such as China and Turkey, while the United States are holding up only in core segments. Imports, meanwhile, are increasing, particularly from China. The trade balance remains positive, but lower than last year.

► SWINGER INTERNATIONAL STRENGTHENS ITS PORTFOLIO

Swinger International has announced the acquisition of the Philippe Model Paris brand following an agreement with 21 Invest, the private equity fund founded by Alessandro Benetton, which had controlled the French brand since 2016. The brand is known for its premium sneakers, and the transaction was led by the company chaired by Mathias Facchini. According to Facchini, Philippe Model is a brand with a strong aesthetic and value identity. The aim of the acquisition is to preserve its heritage while guiding it towards a more contemporary evolution. The development strategy will focus on image, distribution and product, with the goal of renewing the brand's storytelling through communication capable of engaging an international, quality-oriented audience. With the addition of Philippe Model, Swinger International strengthens its portfolio, which already includes the luxury brand Genny and holds the licence for Just Cavalli. Facchini

has also recently acquired, through Sri Group, the minority stake in Etro previously held by the founding family, together with a group of investors including Rams Global and banker Giulio Gallazzi, in agreement with L. Catterton, which remains the majority shareholder. Philippe Model Paris' turnover is estimated at around 30 million euro.



Il miglioramento è iniziato in estate, con luglio in lieve aumento rispetto allo stesso mese del 2024, per poi rafforzarsi a settembre, quando la crescita ha superato il 5%. Questo andamento positivo ha contribuito a ridurre il calo complessivo dei primi nove mesi dell'anno. Rimane invece più debole la situazione dei settori collegati, penalizzati soprattutto dalle difficoltà di gioielleria e occhialeria, comparti fortemente dipendenti dall'export. Nel complesso, considerando anche le attività affini, il fatturato dei primi nove mesi del 2025 registra una flessione del 3%. I

prezzi industriali restano sotto pressione lungo la filiera tessile, mentre mostrano una sostanziale stabilità nell'abbigliamento e nelle calzature. In controtendenza, cosmeti e gioielleria continuano a registrare aumenti dei prezzi. Sul fronte dei consumi interni, i dati più recenti indicano una ripresa delle vendite di abbigliamento e dei prodotti per la cura della persona, mentre restano più incerte quelle di gioielli e calzature. A livello internazionale, il commercio mondiale ha mostrato segnali di recupero, ma il tessile-abbigliamento cresce meno rispetto

ad altri comparti industriali. Le esportazioni della moda italiana risultano ancora in calo, soprattutto verso mercati chiave come Cina e Turchia, mentre gli Stati Uniti tengono solo nei settori core. Le importazioni, invece, sono in aumento, in particolare dalla Cina. Il saldo commerciale resta positivo, ma in riduzione rispetto allo scorso anno.

► SWINGER INTERNATIONAL CONSOLIDA IL PROPRIO PORTAFOGLIO

Swinger International ha annunciato l'acquisizione del

International
Technology

January
2026

► GOLDEN GOOSE PASSES INTO CHINESE OWNERSHIP

After months of rumours, Golden Goose has officially changed ownership: the majority stake is being acquired by HSG (HongShan Capital), an international venture capital and private equity firm. Temasek and True Light Capital will enter as minority shareholders, while Permira will partially realise its investment, retaining a stake in



the group. Silvio Campara will continue to lead the company as Chief Executive Officer, alongside the current leadership team, while Marco Bizzarri, currently a non-executive director, will take on the role of non-executive chairman. The transaction comes at a time of strong growth for the brand: in the nine months ended September 2025, Golden Goose posted double-digit growth in all geographical areas. Revenues increased by 13%, driven by a 21% rise in the direct-to-consumer channel and by the expansion

of the retail network, which has reached 227 directly operated stores, up from 97 in 2019. As stated in the release, the deal "is based on a strong strategic and cultural fit with Golden Goose's growth ambitions, leveraging the experience of the new investors and their track record in investing in international luxury brands and in technology" — including Moncler and Ermenegildo Zegna Group by Temasek, and Pop Mart, RedNote and Marshall by HSG.

notizie in breve aziende paesi

marchio Philippe Model Paris, in seguito a un accordo siglato con 21 Invest, il fondo di private equity fondato da Alessandro Benetton che dal 2016 controllava il brand francese, noto per le sue sneaker di fascia premium. L'operazione è stata guidata dalla società presieduta da Mathias Facchini. Secondo quanto dichiarato da Facchini, Philippe Model rappresenta un marchio con una forte identità estetica e valoriale. L'obiettivo dell'acquisizione è quello di tutelare la storia,

accompagnandola però verso un'evoluzione più contemporanea. La strategia di sviluppo si concentrerà su immagine, distribuzione e prodotto, con l'intento di rinnovare lo storytelling del brand attraverso una comunicazione capace di dialogare con un pubblico internazionale attento alla qualità. Con l'ingresso di Philippe Model, Swinger International consolida il proprio portafoglio, che include già il marchio di lusso Genny ed è attualmente licenziataria di Just Cavalli. Recentemente Facchini ha inoltre acquisito, tramite Sri

Group, la quota di minoranza di Etro detenuta dalla famiglia fondatrice, insieme a un gruppo di investitori composto da Rams Global e dal banchiere Giulio Gallazzi, in accordo con il fondo L Catterton, rimasto azionista di maggioranza. Il fatturato di Philippe Model Paris è stimato intorno ai 30 milioni di euro.

► GOLDEN GOOSE PASSA IN MANO AI CINESI

Dopo mesi di rumors, Golden Goose cambia ufficialmente proprietà: la maggioranza passa a HSG (HongShan Capital), società internazionale di

venture capital e private equity. Temasek e il fondo True Light Capital entreranno come soci di minoranza, mentre Permira realizzerà parzialmente il proprio investimento, mantenendo comunque una quota nel gruppo. Silvio Campara continuerà a guidare l'azienda come amministratore delegato, affiancato dall'attuale leadership team, mentre Marco Bizzarri, oggi direttore non esecutivo, assumerà la carica di presidente non esecutivo. L'operazione arriva in un momento di forte crescita per il marchio: nei nove mesi chiusi a



► NEW HEADQUARTERS FOR MISTO HOLDINGS (FILA)

Misto Holdings, the new name of the former Fila Holdings, has announced an investment of approximately 195 billion South Korean won for the relocation of its headquarters to Seoul. The group, which controls the historic Fila brand, plans to move its offices to the Cykan Tower in Nonhyeon-dong, in the Gangnam-gu district, with completion scheduled during 2026.

The new headquarters represents a further step in the path launched with the rebranding, through which Misto Holdings has strengthened its global brand portfolio and developed greater synergies among its various businesses. The group's strategy

is focused on sustainable growth, also supported by the expansion of licensing and distribution activities in Greater China and by the entry of new brands into the portfolio. According to management, the total investment (about 112 million euro) – equal to roughly 3.5% of the group's consolidated

assets – falls within a financially sustainable perimeter, with no material impact on the financial structure.

On the results front, in the third quarter Misto Holdings reported revenues of 1.09 trillion won (6.4 billion euro), up 3.7% year on year. Profitability grew even more strongly, with operating profit reaching 131.9 billion won, an increase of 41.2%, supported by an improved product mix, the contribution of Acushnet, the return to profitability of the Misto division, and the effects of exchange rates.

Last month the company also officially opened a brand experience centre in Biella (Italy).



settembre 2025, Golden Goose ha registrato incrementi a doppia cifra in tutte le aree geografiche. I ricavi sono saliti del 13%, grazie al +21% del canale diretto al consumatore e all'espansione della rete retail, arrivata a 227 negozi diretti, dai 97 del 2019.

Come precisa la nota, l'operazione "si fonda su una forte affinità strategica e culturale con le ambizioni di crescita di Golden Goose. Facendo leva sull'esperienza dei nuovi investitori e sul loro track record negli investimenti in brand internazionali del lusso e nella tecnologia – tra cui Moncler ed

Ermenegildo Zegna Group, da parte di Temasek, Pop Mart, RedNote e Marshall, da parte di HSG.

► NUOVO HEADQUARTER PER MISTO HOLDINGS (FILA)

Misto Holdings, nuova denominazione dell'ex Fila Holdings, ha annunciato un investimento da circa 195 miliardi di won sudcoreani per il trasferimento della propria sede centrale a Seoul. Il gruppo, che controlla lo storico marchio Fila, prevede di spostare i propri uffici nella Cykan Tower di

Nonhyeon-dong, nel distretto di Gangnam-gu, con completamento dell'operazione nel corso del 2026. Il nuovo headquarter rappresenta un ulteriore tassello del percorso avviato con il rebranding, che ha visto Misto Holdings rafforzare il portafoglio globale di marchi e sviluppare maggiori sinergie tra le diverse attività. La strategia del gruppo punta a una crescita sostenibile, supportata anche dall'espansione delle attività di licensing e distribuzione nella Greater China e dall'ingresso di nuovi brand nel portafoglio. Secondo il management, l'investimento complessivo (circa

International
Technology

January
2026

► **STELLA MCCARTNEY
AND H&M "TOGETHER"
AGAIN**

Twenty years after their first collaboration, Stella McCartney and H&M are working together once again. It was November 2005 when the British designer signed the Swedish brand's second-ever designer

collaboration, following Karl Lagerfeld's, marking a key moment in the dialogue between luxury and fast fashion.

The new collection, expected for spring 2026, will focus on sustainability: the garments will be made using certified and responsible materials, largely recycled, and will

offer innovative alternatives to traditional fabrics. The silhouettes and details will reflect Stella McCartney's creative DNA, reinterpreting the maison's codes in a contemporary way. "Returning to collaborate with H&M twenty years after our first partnership has been an emotional journey," McCartney said, stressing that the project is also an opportunity to reflect on the progress made in terms of cruelty-free practices and conscious design, without losing sight of the challenges that still lie ahead.

For Ann-Sofie Johansson, H&M's head of design, McCartney remains one of the industry's most innovative voices, capable of redefining femininity and inspiring the sector towards a more responsible future.



notizie in breve
aziende
paesi

112 milioni di euro), pari a circa il 3,5% degli asset consolidati del gruppo, rientra in un perimetro finanziariamente sostenibile, senza impatti rilevanti sulla struttura finanziaria.

Sul fronte dei risultati, nel terzo trimestre Misto Holdings ha registrato ricavi per 1,09 trilioni di won (6,4 miliardi di euro), in crescita del 3,7% su base annua. Ancora più marcato l'aumento della redditività, con un utile operativo pari a 131,9 miliardi di won, in progresso del 41,2%,

sostenuto dal miglioramento del mix di prodotto, dal contributo di Acushnet, dal ritorno alla redditività della divisione Misto e dagli effetti dei tassi di cambio. Il mese scorso l'azienda ha inaugurato ufficialmente un brand experience center a Biella.

► **STELLA MCCARTNEY E
H&M DI NUOVO "INSIEME"**

A vent'anni dal debutto della loro prima collaborazione, Stella McCartney e H&M tornano a lavorare insieme. Era il novembre 2005 quando la stilista britannica firmò per il brand svedese la seconda designer

collaboration della sua storia, dopo quella con Karl Lagerfeld, segnando un momento chiave nel dialogo tra lusso e fast fashion. La nuova collezione, attesa per la primavera 2026, nasce all'insegna della sostenibilità: i capi saranno realizzati con materiali certificati e responsabili, in larga parte riciclati, e proporranno alternative innovative ai tessuti tradizionali. Le silhouettes e i dettagli rifletteranno il dna creativo di Stella McCartney, reinterpretando i codici della maison in chiave contemporanea. «Tornare a collaborare con H&M vent'anni dopo la nostra prima

partnership è stato un viaggio emozionante», ha dichiarato McCartney, sottolineando come il progetto rappresenti anche un momento di riflessione sui progressi compiuti in termini di pratiche cruelty-free e design consapevole, senza perdere di vista le sfide ancora aperte. Per Ann-Sofie Johansson, head of design di H&M, McCartney resta una delle voci più innovative del settore, capace di ridefinire la femminilità e di ispirare l'industria verso un futuro più responsabile.



WE CREATE YOUR **FAV**
LEATHER MACHINES



Fratelli Alberti S.R.L.

export@fratellialberti.com - fratellialberti.com



Luigi Carnovali s.a.s.

Since 1908, a tradition of quality for a sustainable future

