

Chimont

OTTOBRE 2005 - NUMERO 1  
PUBBLICATO DA  
CHIMONT INTERNATIONAL SPA - ITALY

**leatherZone**

NEWSLETTER FROM THE FUTURE OF TANNING



**Chimotan Ax**  
Addio alle pelli  
imperfette **Una soluzione nuova e  
semplice ad un vecchio  
problema fastidioso**

# Contents

# n1

Focus on **01**

**02**  Chimotan Ax, addio alle pelli imperfette

Acrythane, la risposta acrilica ai poliuretani **05**

 **06** Quattro stelle al Tanning Tech

Icec, una questione di qualità **07**

**08** Conceria Chiorino: creatività e ricerca 

 Shanghai, evento fieristico internazionale **10**

**12** Geox e Stonefly salvano lo sportssystem 

**15** J Line, che scarpe!

**Chimont LeatherZone** è una pubblicazione ideata e prodotta da **Chimont International Spa** e realizzata con la collaborazione di importanti riviste di settore e contributi di tecnici e operatori legati all'area pelle. Per questo numero in particolare la redazione ringrazia Tecnologie Conciarie e MdP la Conceria per gli articoli e le immagini fornite. Chimont LeatherZone esce quattro volte l'anno e viene inviato a oltre 3.500 operatori in tutto il mondo. Se vuoi partecipare a LeatherZone puoi inviare i tuoi commenti, immagini o articoli da pubblicare a [leatherzone@chimont.it](mailto:leatherzone@chimont.it) Per la pubblicità contatta [adv@chimont.it](mailto:adv@chimont.it) Progetto di comunicazione ConTesta. © Chimont International Spa. Copyright riservato agli aventi diritto.



# focus On

## Spazio all'innovazione

Innovare assumendosi dei rischi o rimanere legati al conosciuto? Come sarà il pellame cambiando un prodotto o modificando il processo di produzione? Ci saranno davvero vantaggi economici? Spesso sono queste le domande che un imprenditore si pone prima di introdurre cambiamenti, anche minimi, all'interno della propria azienda.

Chimont International può dare risposte molto semplici e rassicuranti: rischio zero, semplicità di utilizzo, migliore qualità del pellame, maggiore competitività. Questa sicurezza nasce dai risultati ottenuti dalla ricerca avanzata condotta da Chimont International, e dalle numerose esperienze positive vissute con tutti quei Clienti che hanno avuto il coraggio di provare i vantaggi concreti della vera innovazione.

Anche in questo numero di LeatherZone, punto di incontro e di scambio della filiera pelle, vengono presentati alcuni di questi prodotti.

Soluzioni innovative, ideate da Chimont International per il settore conciario, e realmente capaci di dare valore alla pelle. Benvenuti in LeatherZone.

**Remo Petroselli**  
Chimont International Spa  
general manager

# Chimotan AX: addio alle pelli imperfette

## Chimont propone la soluzione ai casi di “pietre” nella pelle.

Abbiamo voluto chiamare “piccole pietre” tutti quei sali insolubili che sono in qualche modo rimasti intrappolati dentro le fibre della pelle, e che troviamo in moltissime pelli wet blue. Si tratta di piccoli cristalli di calcio insolubili, difficili da eliminare durante la fase di riconcia e che hanno una grossa influenza sulle caratteristiche dell'articolo finito. Per comprendere bene il loro effetto, dobbiamo immaginarli come “piccole pietre” intrappolate nel tessuto fibroso e, proprio per questo, continueremo ad utilizzare questo termine, veramente poco tecnico, ma certamente molto appropriato.

### IL PROBLEMA

Nelle pelli wet blue che importiamo, la presenza di questi sali è molto disomogenea. Tra un lotto di produzione ed un altro possiamo trovarli oppure addirittura essere assenti. Tra le pelli di un lotto che contengono sali di calcio insolubili, a seconda dello spessore, possiamo trovare delle pelli che ne hanno quantità più elevate, ed altre con quantità molto inferiori. Addirittura, tra le varie zone di una singola pelle la loro ripartizione all'interno della struttura dermica è completamente diversa. Normalmente le parti più compatte presentano concentrazioni più alte delle parti più spugnose della

pelle. Inoltre, ci sono casi in cui la loro presenza è concentrata sulla superficie della pelle, proprio sopra il fiore e, come se non bastasse, in maniera irregolare.

### LE CARATTERISTICHE

Per quanto riguarda le loro caratteristiche gli aspetti principali sono i seguenti:

- Sono cristalli insolubili e, durante il processo di riconcia, non si riesce ad eliminarli dalla pelle.
- Sono molto duri, come “piccole pietre” appunto.
- Occupano grossi spazi tra le fibre della pelle.
- Sono praticamente inerti e quindi, non riescono a fare connessioni chimiche con i prodotti che vengono utilizzati durante il processo di riconcia.

In pratica, occupano fisicamente lo spazio tra le fibre ed impediscono ai prodotti riconcianti, ai coloranti ed agli ingrassi di ripartirsi in maniera omogenea.

### EFFETTI SULLA PELLE

**Effetti diretti.** Immaginiamo di avere delle “piccole pietre”, dure, intrappolate nel tessuto dermico in maniera disuniforme. Per le loro caratteristiche fisiche, dove la loro concentrazione è più alta, la pelle risulterà più dura e più piatta, conferendo in alcune zone dell'articolo, una



mano simile al cartone.

Inoltre, interponendosi fisicamente tra le fibre, le stesse saranno ostacolate nei loro movimenti di scorrimento tra le une sulle altre, e quindi anche l'elasticità dell'articolo finito sarà ridotta dalla loro presenza. Per quanto riguarda gli effetti sul fiore, per lo stesso motivo risulterà più rigido e duro, di conseguenza più fragile alla piegatura e, meno resistente alle azioni meccaniche.

**Effetti Indiretti.** Sono veramente molti, e per immaginarli al meglio utilizziamo ancora l'esempio delle “piccole pietre” che non reagiscono con i prodotti di riconcia e che occupano spazio tra le fibre.

Per quanto riguarda i prodotti riconcianti, siano essi di natura sintetica, vegetale, o resinica, non facendo nessun tipo di reazione con questi sali, e trovando gli spazi interfibrillari occupati, si distribuiranno preferenzialmente nelle zone libere. La loro azione riconciante sarà esplicata prevalentemente in quelle zone della pelle dove non ci sono i sali insolubili e quindi è possibile fare le connessioni chimiche con le fibre. Il loro effetto sarà minore invece nelle zone saturate dalle “piccole pietre”. Tutto questo contribuirà ad aumentare la disuniformità nella pienezza e nella struttura della pelle.

Gli ingrassi, allo stesso modo andranno a collocarsi nelle zone più libere della pelle. Quindi, le zone più compatte, che già di per se tendono a venire più dure, lo saranno ancora di più a causa della presenza delle “piccole pietre” sommate al fatto che la quantità di ingrasso in questa zona sarà inferiore.

Inoltre, dato che le parti più spugnose della pelle sono

quelle dove la presenza dei sali di calcio insolubili è più bassa, e visto che gli oli andranno preferenzialmente nelle zone libere, avremo anche un effetto di incremento della soffiatura del fiore nella zona dei fianchi a causa di un eccesso di ingrasso che andrà a fissarsi proprio lì. Anche questi, quindi, contribuiranno a rendere disuniforme la morbidezza e l'elasticità della stessa. Infine i coloranti non riuscendo a tingere i sali di calcio creeranno disuniformità di colore sia in superficie che in sezione, ed inoltre, essendo i sali di calcio di colore bianco, renderanno i toni di tintura più chiari e poco brillanti.

Nel caso si voglia impartire al nostro articolo caratteristiche di idrorepellenza, e dato il fatto che tutti i sali presenti nella pelle sono la causa delle cadute delle resistenze alla penetrazione dell'acqua, possiamo facilmente comprendere il loro effetto sui risultati: riduzione della resistenza alla penetrazione dell'acqua, ma soprattutto... disuniformità della resistenza tra un punto ed un altro della solita pelle.

### CONCLUSIONI

Qualsiasi sia l'articolo prodotto, per avere una produzione costante ed uniforme bisogna prima eliminare le “piccole pietre” dall'interno della pelle.

### SOLUZIONE

Solo chi può operare con dei processi di riviera e di concia che assicurano la produzione di pelli wet blue perfettamente esenti da questi sali, può permettersi di

non prendere in considerazione il problema. Per chi invece acquisti pelli wet blue da paesi diversi o da conchierie che non riescono ad assicurare una produzione di qualità costante è fondamentale effettuare uno speciale lavaggio sulla pelle prima di iniziare il processo di riconcia. Questo lavaggio deve assicurare l'eliminazione totale dei carbonati presenti senza pregiudicare la struttura della pelle.

I risultati sulla pelli saranno immediatamente evidenti ed i vantaggi sono veramente molti.

#### **Vantaggi sul pellame grezzo**

- Possibilità di acquistare pelli wet blue di varia provenienza senza avere il timore di non poterle utilizzare a causa del processo con cui sono state trattate precedentemente.

#### **Vantaggi sul processo**

- Riduzione generale della quantità dei prodotti chimici utilizzati nel processo di riconcia.  
- Riduzione della quantità degli ingrassi necessari per ottenere le morbidezze richieste.  
- Riduzione della quantità dei coloranti offerti.

#### **Vantaggi sugli scarichi**

- Le acque di scarico risulteranno meno contaminate a causa della riduzione della quantità dei prodotti utilizzati e della migliore capacità di fissazione sulla pelle.

#### **Vantaggi sul pellame finito**

- Gli articoli saranno più costanti ed uniformi e non risentiranno delle differenze relative al wet blue utilizzato.  
- Diminuiranno le superfici delle aree con problemi di soffiatura.  
- Le pelli, uniformemente più elastiche, reagiranno in maniera migliore alle operazioni meccaniche e di conseguenza è possibile un incremento della superficie.  
- Eliminazione del fenomeno delle macchie di tintura dovute alla presenza dei sali di calcio sulla superficie.  
- Migliore uniformità della struttura della pelle tra le aree

compatte e quelle più spugnose.

- Molti altri vantaggi ancora.

#### **LA NOSTRA PROPOSTA**

Per effettuare questo tipo di lavaggio in maniera adeguata e senza pregiudicare la struttura della pelle, abbiamo messo a punto un prodotto chimico denominato **Chimotan AX**.

Chimotan Ax è un prodotto a base di acidi organici forti, capaci di portare in soluzione le "piccole pietre" che si trovano all'interno delle pelli wet blue.

Per non danneggiare la struttura della pelle, **Chimotan AX** possiede un grande effetto tampone, e anche se usato in eccesso non crea nessun danno alla fibra dermica. Essendo totalmente organico, possiede un comportamento mascherante con i sali di cromo per cui contribuisce ad ottimizzare la distribuzione del cromo stesso nella pelle.

#### **SUGGERIMENTO**

Utilizzare questa tecnologia è molto semplice ed il miglioramento veramente molto evidente.

Suggeriamo di fare una semplice prova nel proprio laboratorio sperimentale che darà l'esatta sensazione di quanto questo processo sia vantaggioso:

- Prendere una pelle wet blue intera in cui ci siano "piccole pietre".  
- Tagliarla in due mezzine ed apprestarsi a eseguire la riconcia abituale.  
- Su una mezzina eseguire il processo standard.  
- Sull'altra fare il trattamento con **Chimotan AX** e poi applicare il medesimo processo.

Quando le pelli saranno asciutte confrontarle e valutare la differenza di morbidezza, di pienezza, di uniformità ed intensità di colore che solo **Chimotan Ax** può dare.

# Finimont presenta **ACRYTHANE**

## La risposta acrilica ai poliuretani

La voglia di spingersi oltre ha portato a soluzioni tecnologiche sempre più avanzate e competitive per essere più vicini alle esigenze dell'industria conciaria.

La costante presenza nel Comprensorio di Santa Croce sull'Arno offre notevoli opportunità di sinergie e ottimizzazione nello sviluppo dei prodotti. Da queste sinergie è nato un particolare copolimero acrilico in emulsione con cui si riesce ad ottenere resistenze simili a quelle ottenute con l'uso di poliuretani.

**Acrythane** è la risposta per ottenere il giusto equilibrio tra la richiesta di svariati "articoli moda" e l'importanza di rispettare adeguati parametri di solidità, tenendo conto anche dell'importante vantaggio economico nell'usare una resina acrilica rispetto ad un poliuretano.

Ad oggi le classiche rifiniture prevedono di agire negli strati inferiori con appretti morbidi e successivamente più duri, per terminare con applicazione finale di maggior durezza ed ottenere buone solidità fisiche generali.

Spesso si ha la necessità di realizzare articoli più scoperti, morbidi, elastici, che non possiedono però, le adeguate resistenze previste. Le pelli trattate con gli **Acrythane** hanno invece un comportamento diverso, molto più naturale e morbido, con buone adesioni, che permettono quindi di avere eccellenti resistenze alla flessione e all'abrasione. Cose che fino ad oggi si facevano utilizzando resine poliuretaniche che possono talvolta irrigidire la pelle. Applicando **Acrythane** si

ottengono invece buone coperture di fondo in relazione alle quantità utilizzate, senza avere l'inconveniente dell'appiccicosità che spesso si verifica con l'uso delle normali acriliche. Infine, le pelli trattate con **Acrythane** acquistano un eccellente comportamento alla stampa e risultano naturali, nitide e con un ottimo comportamento al taglio.

#### **Caratteristiche dei prodotti**

La linea di **Acrythane** si suddivide attualmente in due prodotti: **Acrythane ON** e **Acrythane LT**. **Acrythane LT** forma un film di media durezza, molto elastico, lucido non appiccicoso, con un buon potere coprente e buone adesioni. **Acrythane ON** forma un film semilucido con ottime doti di naturalezza, molto fine e particolarmente adatto alle rifiniture per pelli morbide tipo nappa. Buoni gli ancoraggi e le tenute ai test fisici. Sono entrambi molto adatti in caso di coperture che richiedono molte ore di bottalatura.

#### **Applicazioni**

Gli **Acrythane** vengono utilizzati quando si vogliono ottenere buone resistenze meccaniche e una buona copertura mantenendo la pelle morbida e scarica. Entrambi sono molto adatti per articoli tipo nappa, ma possono anche essere utilizzati per la creazione di articoli lisci o articoli moda, non sottovalutando il lato economico di tali prodotti con tali caratteristiche.

# Chimont&Finimont Quattro stelle al Tanning Tech

Una sintetica preview delle più importanti novità.

Anche quest'anno Chimont e Finimont parteciperanno al Tanning Tech (Pad. 31, Stand A1) dove saranno presentati, oltre a colori e articoli per l'autunno-inverno 2006/07, alcuni dei prodotti più innovativi nati nei propri laboratori di ricerca avanzata. Di seguito una sintetica preview.

## Chimotan AX

Si tratta di un prodotto di lavaggio da utilizzare su pelli conciate al cromo prima della riconcia. È in grado di sciogliere i sali di calcio insolubili che rimangono intrappolati nelle fibre della pelle e che la rendono dura, fragile, meno resistente alle azioni meccaniche, con maggiore soffiatura del fiore e disuniformità di colore. L'utilizzo di Chimotan AX consente invece un risparmio su prodotti chimici di riconcia, ingrassi e coloranti, un minor effetto di soffiatura, pelli più elastiche, eliminazione delle macchie di tintura e acque di scarico meno contaminate.

## J Line

È l'innovativa linea di riconcianti per pelli al cromo. J Line è un unico prodotto di nuova concezione, ma non è un compound: migliora le caratteristiche fisiche ed estetiche del pellame e non pone limitazioni tecniche alle successive rifiniture. Permette di ottenere prodotti pieni, morbidi e con un fiore fermo e senza il difetto della soffiatura. Utilizzare J Line significa risparmiare e aumentare la qualità.

## Acrythane

È una linea di polimeri acrilici in emulsione con cui si riesce ad ottenere resistenze simili a quelle ottenute con l'uso di poliuretani. Acrythane consente la creazione di "articoli moda" rispettando adeguati parametri di solidità, ma con un importante vantaggio economico nell'usare una resina acrilica rispetto ad un poliuretano. Questi acrilici possiedono un film di media durezza, non appiccicoso, con un buon potere coprente, e la pelle così trattata acquista anche un eccellente comportamento alla stampa e al taglio.

## DyeUp\*

DyeUp è l'ultima delle invenzioni targata Chimont. Si tratta di un processo di concia che permette la realizzazione di pellame che può essere tinto direttamente "in capo" (insieme al tessuto), lasciando intatte le caratteristiche di morbidezza, elasticità, leggerezza e resistenza, ma soprattutto evitando il restringimento della pelle in fase di tintura del capo.

Queste doti fanno di DyeUp, un prodotto di punta che ha già raccolto l'interesse di moltissime firme del "fashion system" mondiale.

Le straordinarie qualità di DyeUp già verificate in piccole produzioni d'alta gamma, verranno presentate ufficialmente al pubblico del prossimo Tanning Tech.

# Icec, una questione di qualità

L'ICEC è l'unico istituto per la qualità in Europa e nel mondo specifico per il settore della pelle.

L'ICEC è un'associazione senza scopo di lucro che nasce alla fine del 1994. Promossa dall'UNIC e dalle conterie italiane ha tra i suoi soci le associazioni nazionali di calzaturieri, pellettieri, accessoristica e componentistica, pelliccerie, produttori di mobili, nonché UNI, CNR, ENEA, SSIP, AICQ, ed il Ministero delle attività produttive.

Ad oggi, sono oltre 150 le conterie certificate ICEC (20% del fatturato dell'intero settore) e l'Italia è l'unica nazione ad avere uno schema di certificazione di prodotto accreditato che permetta la marcatura dei prodotti finali, dalle calzature agli interni per l'auto. Attraverso la consolidata partnership con DNV (Det Norske Veritas), ICEC garantisce standard di verifica internazionali e capacità di trasferimento di conoscenze tra i vari settori. Insieme i due enti di certificazione sono in grado di coprire tutte le esigenze di certificazione delle aziende e di offrire un servizio ai massimi livelli di competenze specifiche, di professionalità e di know-how internazionale. L'Istituto è inoltre accreditato SINCERT per il sistema di gestione qualità, ambiente e prodotto e tutti i suoi auditor hanno esperienza decennale nel settore. Qui di seguito riportiamo un breve elenco dei Servizi di Certificazione erogati da ICEC e/o DNV.

## Sistemi Gestionali:

- Certificazione dei Sistemi di Gestione Qualità (ISO 9000)
- Certificazione dei Sistemi di Gestione Ambientale (ISO 14000 e EMAS)
- Certificazione nel settore auto in genere (QS 9000)
- Certificazione Etica (SA 8000)
- Gestione dei Sistemi di sicurezza (OHSAS 18001)

## Certificazioni di prodotto:

- Certificazione di prodotto per il settore pelle e prodotti in pelle e marchio UNI
- Biodegradabilità veloce (metodo HBSD)
- Attrezzature da laboratorio (schema collegato alle specifiche di prova per l'area pelle che prevedono attrezzature particolari)
- DPI (Dispositivi di protezione individuale)

È per tutti questi motivi che le migliori aziende hanno scelto di certificarsi ICEC e DNV.

Per maggiori informazioni [www.icec.it](http://www.icec.it).



# Conceria Chiorino Da creatività e ricerca nasce Fibercuir

## Intervista a Lorenzo Chiorino

La Conceria Chiorino è un punto di riferimento nel settore tecnologico della pelle. Da anni ha affiancato alla "normale" produzione conciaria una particolare attenzione alla ricerca interna per conseguire la creazione di prodotti e processi innovativi come quelli realizzati con il sistema Fibercuir®, un rivoluzionario metodo di lavorazione delle pelli, brevettato dall'azienda di Biella. **Al Dott. Chiorino, A.U. dell'azienda abbiamo chiesto su cosa si fondano la storia e i valori di questa azienda innovativa.**

*La tradizione tecnologica della nostra azienda è ormai centenaria. Chiorino nacque agli inizi del 1906 come conceria specializzata in pellami per articoli tecnici come cinghie di trasmissione e articoli per selleria. L'ubicazione in un distretto non conciario ma tessile, fece il resto: isolata da un contesto più generale di scambi di settore fu quasi costretta, per così dire, allo sviluppo continuo di tecnologie interne sempre nuove, per cercare spazi in diversificazioni di prodotti. Oggi, l'azienda dispone di due laboratori interni, uno dedicato ai controlli di qualità e uno applicativo, indirizzato allo sviluppo di nuovi articoli.*

*La nostra sensibilità tecnologica si esprime anche nei dispositivi antinquinamento potenziati ed aggiornati su tutta l'impiantistica di depurazione.*

*L'attualissima torre per il trattamento e l'abbattimento dei fumi, pone i nostri camini all'avanguardia nel rispetto delle norme vigenti, allineate agli standard comunitari. Abbiamo ottenuto la certificazione ISO 9002 fin dall'inizio del 2001, e ora stiamo concludendo la ISO 14000. L'assistenza alla clientela è un altro dei punti fondamentali della filosofia Chiorino. Il nostro servizio tecnico è a continua disposizione di tutti i clienti. Anche questo, vuol dire fare ricerca.*

**A proposito di ricerca applicata, ci parli di Fibercuir, questo esclusivo brevetto che tanto piace agli americani.**

*Fibercuir è il marchio che identifica un processo di lavorazione, progettato per conferire alla pelle naturale delle eccezionali caratteristiche di gradevolezza senza alterarne le qualità intrinseche, come testimonia il fatto che il prodotto finale viene garantito e denominato "Vera pelle" o "Vero cuoio".*

*Nello specifico il prodotto naturale viene sottoposto ad un trattamento, che grazie all'applicazione di un impercettibile film, conferisce alle pelli caratteristiche altrimenti non ottenibili quali l'idrorepellenza, un'elevata resistenza all'usura ed agli agenti chimici, un'elevata solidità alla luce, un'eccezionale gradevolezza al tatto. La possibilità di effettuare una rifinitura traspirante,*

*nonché trattamenti antifiama per rendere il prodotto autoestinguente, permette alla Chiorino di affrontare con successo nuove applicazioni.*

*Questo sviluppo è stato possibile solo grazie ad una forte ricerca interna, a personale altamente specializzato, ad investimenti continui nell'ambito tecnologico ma anche commerciale"*

**Il "made in Italy", rimane ancora una risorsa inesauribile di innovazione produttiva o si sta, al contrario, esaurendo?**

*Posso parlare più specificatamente del nostro caso. L'azienda fino ad oggi aveva seguito principalmente alcuni settori legati al mondo della moda, come pelletteria e calzatura.*

*Da alcuni anni però, l'interesse si è spostato anche al settore arredamento contract dove l'aspetto tecnico del prodotto è maggiormente determinante. Abbiamo*

*messo a punto una tecnologia particolare denominata "Fibercuir Granprix" che non utilizza prodotti alogenati. Tali innovazioni ci hanno permesso di realizzare prodotti "Flame - retard", con il conseguimento di alcune importanti certificazioni (UNI 9175/87 - UNI 9175 FA - 1/94 BS 5852 1/79 - IMO RESOLUTION A.652(16)/89 - EN 1021-2/93 - EN 1021-2/93).*

*Questo ha significato rimettersi in gioco in spazi rimasti inesplorati, alla ricerca di qualcosa che valorizzasse le nostre potenzialità innovative a scapito di alcune "certezze" del passato, ormai troppo in mano alla concorrenza.*

*Ci auguriamo di proseguire al meglio la strada intrapresa, convinti che noi, così come tante altre realtà italiane, abbiamo ancora molte cose da dire e da sviluppare nel nostro campo.*

Per maggiori informazioni [www.chiorinotannery.it](http://www.chiorinotannery.it)



# Shanghai, evento fieristico in proiezione internazionale

È il momento espositivo cinese dedicato a tutta la filiera. Gestione organizzativa accurata anche nella selezione dei visitatori.

## © Tecnologie Conciarie

ACLE, CIFF e Moda Shanghai hanno occupato i padiglioni del nuovo centro espositivo internazionale di Shanghai – Pudong dal 7 al 9 settembre, un appuntamento cinese che sommando tre eventi contemporaneamente permette di avere una visione più ampia della filiera.

Gli espositori alla ACLE sono stati 857 tra produttori chimici, meccanici, concerie e accessoristi con una buona rappresentanza di Paesi esteri, tra i quali l'Italia ha giocato il suo ruolo primario, essendo stata la prima volta che Assomac ha istituito un padiglione collettivo oltre agli espositori singoli, alle concerie raggruppate sotto l'egida di Unic e a allo spazio "Innovation for..." organizzato da Editma, la casa editrice di Tecnologie Conciarie.

231 sono state le aziende espositrici alla CIFF e Moda Shanghai: di queste, 188 sono state le società cinesi, le altre sono state di provenienza giapponese e indiana. L'India è stata il "Focus Country" di questa edizione. Guardando i dati dei visitatori, si rileva una presenza totale pari a 14.382 compratori di cui 11.323 provenienti dalla Cina, 589 da Hong Kong e Macao e 341 da Taiwan. Come d'abitudine, l'evento fieristico è stato accompagnato da una serie di iniziative collaterali quali seminari tecnologici,

presentazioni di tendenza moda e sfilate. Entrando nel merito dell'analisi del momento fieristico, sono da sottolineare alcuni aspetti che hanno caratterizzato questa edizione. Fermo restando il fatto che altre fiere stanno creandosi un loro spazio nel vasto territorio cinese, quello di Shanghai rimane un appuntamento sicuramente importante in quanto racchiude in sé tutta la filiera ma, soprattutto, perché chi produce articoli finiti in pelle – calzature, borse, cinture e abbigliamento – vede in Shanghai la piazza più vivace ed internazionale per proporre le proprie collezioni.

D'altra parte un operatore straniero intenzionato all'acquisto preferisce muoversi nell'atmosfera più modaiola di questa città anziché altrove, aspetto che comunque coinvolge anche i fornitori che si trovano a monte del prodotto finito. Tanto vera è questa considerazione, che le aziende espositrici internazionali di tecnologia sono aumentate rispetto al passato per essere a diretto contatto con la clientela: qualcuno addirittura sta mettendo un punto di domanda sulla partecipazione futura alle edizioni di Hong Kong. Sotto il profilo del prodotto finito, invece, l'internazionalità dell'espositore è ridotta mentre cresce la presenza dei produttori cinesi. Senz'altro determinante agli

effetti della professionalità degli operatori che visitano Shanghai è la gestione controllata da parte degli organizzatori, che operano una rigorosa selezione dei visitatori mirata alla loro qualificazione e all'interesse specifico: generalmente gli espositori hanno espresso la loro soddisfazione rispetto ai contatti avuti e all'interesse dimostrato dal visitatore. Anche gli eventi collaterali sono sempre curati e focalizzati su argomenti specifici.

Da un punto di vista delle proposte di prodotto, la partita alla CIFF e a Moda Shanghai sembra si stia giocando soprattutto tra le calzature e l'abbigliamento in pelle: più o meno stazionaria la percentuale delle calzature, l'abbigliamento invece sottoscrive una crescita, se non in termini numerici, senz'altro come impatto visivo, con una predominanza di proposte dedicate a capi in pelliccia e pelo, con fattura abbastanza curata nei dettagli. È molto probabile che, in questa evoluzione, Shanghai eserciti una speciale attrazione, non solo perché nelle vicinanze si sviluppano alcune industrie che trattano questi prodotti, ma anche perché costituisce il centro strategico per i prodotti cinesi orientati all'esportazione o ad una clientela locale più selezionata. È innegabile che i prodotti cinesi siano in una fase di crescita a livello di contenuto stilistico e qualitativo e la richiesta di pellami che soddisfino queste caratteristiche si accentua: se ne sono accorti i conciatori occidentali presenti nel mercato cinese, ma anche quelli locali che cominciano ad essere più attenti nella

composizione delle loro proposte, ora meno costrette nei due-tre colori classici. A livello di fantasia e di elaborazioni di effetto, invece, l'offerta cinese continua a non convincere a favore di scelte orientate principalmente all'Europa. Ma il Paese è in corsa, è veloce e ricettivo, gode di vantaggi ben noti su costi generali e di manodopera, dispone di un bacino di forza-lavoro veramente grande e predisposto all'apprendimento. Se poi andiamo ad analizzare gli aspetti di ordine tecnico-tecnologico, la Cina in questo momento non ha necessità di investire in ricerca ed innovazione avendo già altri speso tempo e denaro in questa direzione, per mantenere il primato commerciale nel mondo. Alla ACLE il padiglione dedicato alla tecnologia cinese e dell'area asiatica in generale è andato ampliandosi di edizione in edizione con proposte che, con molta onestà, alcuni costruttori italiani non hanno esitato a definire accettabili dal mercato della zona: macchine in grado di svolgere la funzione per la quale sono state ideate, vendute ad un prezzo impensabile per l'Occidente. Certo, la loro durata ed affidabilità sono un'altra storia la cui lettura, al momento, a parecchi operatori cinesi interessa assai poco.

Ovviamente il made in Italy, tecnologico e chimico conciario, rimane un punto di riferimento, come obiettivo al quale tendere nell'attività di costruzione tecnica e qualitativa delle macchine, ma anche come ambizione di acquisto per strutturarsi in modo adeguato a realizzare prodotti di standard qualitativo internazionale.





# Geox e Stonefly salvano lo sportssystem

2004 negativo per Montebelluna: senza i due marchi del momento il fatturato sarebbe in perdita dell'8,3%. E ora c'è la questione Diadora...

sintesi tratta da © **MdP La Conceria**

Nel distretto di Montebelluna i conti tornano grazie a un ristretto gruppo di aziende in crescita: Geox e Stonefly soprattutto. Bene, nel loro "piccolo", anche Scarpa, Stylgrand, Sidi, Grisport, Jolly Scarpe, Dal Bello e pochi altri. Stabile la Lotto di Andrea Tomat. Un disastro per artigiani, terzisti e anche per un grande nome dello sport come Diadora.

## **Geox, Stonefly, Lotto e Diadora**

Nel 2004 il bilancio dello sportssystem si è chiuso con un aumento dell'1,86% in quantità e dello 0,33% in termini di fatturato (-1,87% al netto dell'inflazione). Ha prodotto 39,4 milioni di paia di scarpe, per un giro d'affari pari a 1,378 miliardi di euro. Senza il cosiddetto comparto città, il bilancio sarebbe negativo: -8,3%. <Ma non facciamoci illusioni – ha sottolineato Aldo Durante, direttore della Fondazione Osem, presentando il rapporto annuale del settore – perché non si tratta

di una fortunata riconversione verso il mondo del casual, ma dell'effetto benefico della coppia Geox-Stonefly>.

La prima si è ormai ritagliata la parte di protagonista del distretto. Dopo aver chiuso il 2004 con un fatturato di 340 milioni di euro, ha messo a segno un balzo del 30% nel primo quarter 2005 e ha portato gli utili netti a una percentuale del 22,1% sul giro d'affari. I margini sono altissimi, e questo anche grazie alla Cina, dove ha delocalizzato la maggioranza della produzione, compreso il settore bambino (sul quale tuttavia i materiali continuano a essere acquistati in Italia). Nel secondo semestre, sulla base degli ordini raccolti per la stagione invernale, si prevede una crescita allo stesso ritmo.

Stonefly nel 1997 fatturava 24 milioni, oggi è a 90 e nel 2007 dovrebbe arrivare a quota 120. Anche

l'azienda guidata da Adriano Sartor produce in Cina, fin dal 2003. È stato recentemente dato il via a un progetto per la distribuzione delle proprie scarpe in questo grande mercato, attraverso una joint venture che prevede l'apertura di 50 monomarca nel primo biennio, che saliranno a 120 con l'inserimento del progetto franchising. L'export, che attualmente costituisce il 52% del fatturato, dovrebbe raggiungere entro due anni il 70%.

Ben altra situazione quella che sta vivendo Diadora. Il gruppo ha messo 75 dipendenti in cassa integrazione e sta cercando acquirenti per piazzare il marchio Invicta le cui vendite, concentrate per il 90% in Italia, sono in calo da tre anni consecutivi. I conti del 2004 si sono chiusi con un fatturato di 280 milioni di euro (erano 290 nel 2003 e 300 nel 2002) e l'occupazione continua a scendere: siamo a meno di 300 dipendenti, contro i 500 di dieci anni fa. La produzione è stata completamente dismessa: siamo di fronte a una società commerciale che si limita a gestire stile e prototipi, per poi acquistare tutto dall'Estremo Oriente. Alla base della crisi ci sarebbero alcuni errori manageriali, la politica troppo ambiziosa dei testimonial (la sponsorizzazione di Totti è costata più di un milione di euro) e la crisi di Giacomelli nella distribuzione nazionale. In termini di prodotto, Diadora ha sofferto la forte concorrenza nei prodotti per gli sport specifici (calcio, tennis e atletica) e non è riuscita a bilanciarli con la scarpa da città, vera fonte di margini allo stato attuale per i big dello sport.

Se la Lotto di Andrea Tomat è riuscita a chiudere il bilancio in linea con l'anno precedente, è anche per i risultati del comparto moda: siamo a 255 milioni di dollari (erano 256 nel 2003). Ed è su questa strada che intende puntare per rafforzarsi: l'azienda ha avviato una collaborazione con il noto designer Alberto Del

Biondi, che si occuperà della reinterpretazione di alcuni modelli storici di casa Lotto. La collezione andrà in vetrina nella prossima stagione invernale e non passerà per distribuzione sportiva, ma per quella propriamente calzaturiera: se ne occuperà Stonefly. Altre novità: ingresso nella cosmesi (licenza affidata per 8 anni a Weruska e Joel, leader nel settore profumi) e potenziamento della cartoleria grazie a un accordo internazionale con Cartorama.

## **Fuga di braccia e di cervelli**

Al di là dei singoli casi aziendali, il settore soffre complessivamente. Vacillano due certezze assolute: la partnership con la Romania, che non basta più, e la regola "testa qui e braccia là". Quanto alla prima, i costi del lavoro a Timisoara e dintorni sono aumentati e alcuni gruppi hanno preso la strada cinese. L'impatto è stato avvertito dai distributori locali di pellami, che parlano di una flessione del lavoro di circa il 35-40%. Finché i montebellunesi andavano a produrre in Romania, gli approvvigionamenti continuavano a passare per i soliti canali, ossia conceria italiana e rappresentanti locali. Ora che puntano su Pechino, le soluzioni sono altre: o si acquista direttamente da quelle concerie che hanno aperto un magazzino in loco, oppure si lascia fare tutto a calzaturificio cinese, che sceglie in piena autonomia. La seconda strategia potrà sembrare "suicida" in termini qualitativi, ma ha una propria giustificazione pratica: se il produttore asiatico si procura le pelli da solo, è ancora possibile opporre contestazioni per eventuali difetti del manufatto. Se invece la tipologia del materiale è imposta dal committente, l'esecutore tende a scaricare le responsabilità del difetto al pellame che gli viene consegnato. L'impressione è che il terzista cinese preferisca procurarsi da sé le pelli (non di rado è proprietario anche di una conceria), e perciò stia più



attento a quelle calzature sulle quali ha un controllo integrale del ciclo produttivo.

Ma c'è anche la questione del passaggio di know how all'estero, e le conseguenze cominciano a farsi sentire: il trasferimento di design è cresciuto dallo 0,6 al 4,4%, nella progettazione siamo saliti dall'1,2 al 5,5%. Ciò significa che le aziende, chiusa una prima epoca di delocalizzazione basata su singole fasi, ora puntano all'intero ciclo: quattro scarpe su dieci non sono delocalizzate, bensì direttamente acquistate. Un commento amaro arriva da Alessandro Marcolin, amministratore delegato di Crispi Sport: <In soli dieci anni ci siamo bruciati un secolo di storia. Poteva andare diversamente? Forse sì: bastava evitare la guerra dei prezzi e saper gestire l'esistente>.

#### Strategie di nicchia

Regge la nicchia. Crispi ha chiuso gli ultimi due anni con i migliori risultati della propria storia. Ha puntato su alpinismo, trekking leggero, telemark, poi scarpe militari e per la caccia. Utilizza solo pellami italiani selezionati, di spessore consistente: produce 35 mila paia internamente, altrettante presso terzisti locali, 40 mila circa in Romania. Le sue scarpe erano ai piedi della spedizione italiana che ha riconquistato il K2 a cinquant'anni di distanza dalla prima ascensione.

C'è Sidisport, leader mondiale nella calzatura da ciclismo. Ci sono quelli delle scarpe per moto, grandi consumatori di pellami tecnici come Alpinestars, Axo e tutti gli altri che stanno ai piedi dei centauri. E poi specialisti della montagna come Lowa, che può proporre articoli che costano fino a 600 euro al pubblico, pensati per resistere a temperature critiche e con notevoli performance: utilizza solo pelli di provenienza tedesca e italiana, con spessori che superano i 4 millimetri. Fa parte del gruppo Tecnica, che ha portato nel 2004 il proprio fatturato a 360 milioni (339 nel 2003) dopo aver rilevato Nordica, marchio specializzato nello scarpone da sci, settore in cui oggi è leader mondiale (1,5 milioni di paia tra Nordica, Tecnica e Dolomite).

Qualcuno è riuscito a ritagliarsi uno spazio in aree diverse dallo sport. Uno di questi è Loren, che segue una piccola produzione (4 milioni di euro il fatturato) di calzature ortopediche e moda comoda. Ha depositato un brevetto per l'inserimento di un magnete nel sottopiede di montaggio, attraverso il quale applica la magnetoterapia nella scarpa. Segue direttamente il 50% della produzione, il resto passa attraverso terzismo locale e commercializzazione (in piccola parte) di prodotto rumeno.

Da sinistra, Adriano Sartor (Stonefly), Andrea Tomat (Lotto) e Mario Moretti Polegato (Geox)



# J Line, che scarpe!

## Personalizzare il pellame da calzatura non è mai stato così facile

Sicuramente negli ultimi anni il modo di vivere della gente è stato condizionato dal frenetico evolversi della moda e, di conseguenza, della tecnologia produttiva ad essa abbinata. In particolar modo per il settore calzaturiero l'esigenza dell'innovazione è sicuramente molto sentita.

Tutto ciò ha provocato nel settore conciario una costante ricerca, accompagnata da investimenti economici notevoli per rimanere al passo con le innumerevoli tendenze, e poter così rispondere in tempi rapidi alle richieste del mercato. Questo molto spesso costringe il conciatore a dotarsi di un magazzino con eccessive quantità di prodotti chimici di diverse caratteristiche, per la produzione di pellami idonei a soddisfare le molteplici esigenze della moda.

Ecco quindi l'importanza della **J Line (Chimotan JB e Chimotan JW)** che impiegata in riconcia di pelli al cromo consente la realizzazione di qualsiasi articolo da calzatura, spaziando dal soffice nappato al rigido e puntante.

L'applicazione della **J Line** in riconcia di pelli al cromo è particolarmente semplice, e nella stragrande maggioranza dei casi, per la personalizzazione dell'articolo finale da realizzare è sufficiente agire sulle quantità e le caratteristiche tecniche degli ingrassi

utilizzati nel processo di riconcia. Le performance della **J Line (Chimotan JB** più rigido e puntante, **Chimotan JW** più morbido e di colore bianco), sono quelle di conferire alla pelle, pienezza, pastosità, morbidezza e rotondità, in pratica quello che più frequentemente viene richiesto per un ottimo pellame in crust da calzatura. Molteplici sono i casi in cui la **J Line** è utilizzata totalmente come unico prodotto di riconcia. Altra caratteristica molto importante della **J Line** è data dal completo potere autofissante sulla pelle (facilmente rilevabile dalla limpidezza delle acque di scarico dei bagni di riconcia e dimostrabile mediante analisi delle stesse acque) il quale giustifica l'elevata capacità riconciante sulla pelle al cromo.

**J Line** soddisfa pienamente le esigenze tecniche, operative ed economiche del conciatore in quanto consente di abbinare qualità, semplicità e rapidità nella realizzazione dell'articolo, migliora le performance del pellame e, grazie alla sua versatilità, permette di diminuire gli stoccaggi di numerosi prodotti riconcianti. Applicazione generale **J Line** nella calzatura: su pelli wet blue dopo neutralizzazione a PH>5,7 impiegare **Chimotan JB** o **Chimotan JW** oppure in combinazione in quantitativi variabili dal 3% al 20% a seconda dell'articolo da realizzare, quindi tingere e ingrassare.

# Looking At Italprogetti

## Bottali in polipropilene

Una "delicata" rivoluzione nel processo della pelle

L'uso del polipropilene nella costruzione dei bottali per calcaio conca e tintura sta cambiando la macchina che è stata per molti anni la più tradizionale in ogni conceria del mondo.

E' vero che l'uso dell'acciaio inox (ed in alcuni casi della fibra di vetro) ha introdotto alcuni cambiamenti, ma ciò ha interessato solo una parte del mercato delle botti e non ha cambiato l'immagine del bottale di legno come l'unica macchina comunemente adottata per il processo chimico della pelle.

Fare una lista dei vantaggi del polipropilene rispetto al legno o all'acciaio inox è un lavoro abbastanza lungo, ma è interessante riassumere i vantaggi principali:

1. Pulizia del bottale estremamente semplice. Questo è particolarmente interessante per il processo di tintura in quanto da la possibilità di usare qualsiasi colore nello stesso bottale.
2. Superficie molto liscia, tutti gli spigoli sono arrotondati, i fori per il drenaggio sono grandi ed arrotondati. Ciò dà notevoli vantaggi poiché le pelli non ricevono nessun danneggiamento durante il processo. Ciò si traduce nel miglioramento nella selezione dell'articolo finito, specialmente per quanto riguarda gli articoli di pieno fiori o le pelli leggere o nel caso del cuoio da suola.
3. Nessuna corrosione chimica o penetrazione dell'acqua e nessun problema di rotture a fatica che è invece un problema dell'acciaio inox. Ciò significa virtualmente nessun processo di invecchiamento del bottale con il risultato che si possono prolungare nel tempo i vantaggi del nuovo bottale ed inoltre ciò assicura una vita operativa della macchina molto lunga.
4. Nessuna corrosione da agenti chimici quali perossido di idrogeno, acido cloridrico o altri chimici usati per la decoloritura. Questo permette l'uso del bottale per quei processi (depilazione con acqua ossigenata, decoloritura con agenti chimici molto aggressivi) che non era possibile eseguire in bottali in legno o acciaio inox.

Informazioni più dettagliate e specifiche tecniche delle nostre botti sono disponibili su [www.italprogetti.it](http://www.italprogetti.it) altrimenti è possibile contattare direttamente gli uffici Italprogetti.

**ITALPROGETTI**  
engineering

**Italprogetti engineering Spa**  
Lungarno Pacinotti 59/A - 56020 San Romano (Pi) - Italy  
Tel. +39 0571 450477 Fax +39 0571 450301  
[info@italprogetti.it](mailto:info@italprogetti.it) [www.italprogetti.it](http://www.italprogetti.it)

# in the World

### Giappone / Area pelle giapponese stabile nel 2004.

Dopo il notevole decremento dell'industria giapponese della pelle bovina a partire dal 1980 - attualmente rappresenta un terzo rispetto a 24 anni fa - tra il 2002 e l'anno corrente si è raggiunto un livello di stabilità. Infatti, nel 2004 sono stati lavorati 3.17 milioni di pelli bovine, rispetto ai 9.78 milioni del 1980. Le importazioni di pelli bovine hanno raggiunto 1.925 milioni nel 2004, provenienti principalmente dal Nord America, dall'Australia e dalla Nuova Zelanda. Le importazioni di bovine wet-blue sono raddoppiate dal 2002, salendo da 1.517 a 3.163 milioni di metri quadri.

La produzione di pelle suina si mantiene stabile ad oltre 16 milioni di pezzi all'anno.

### Italia / Made in Italy, nessun cenno di ripresa.

Continua a perdurare la situazione di segno negativo per quanto riguarda la calzatura italiana: lo evidenziano i dati statistici congiunturali relativi al 2004 che sono stati resi noti nel corso dell'assemblea annuale di Anci.

La diminuzione della richiesta su scala internazionale e l'apprezzamento dell'euro sono segnalati come i fattori principali della crisi, ma non è da sottovalutare la velocissima crescita dei produttori asiatici, in particolare cinesi, e della loro aggressività commerciale. Dopo la flessione del 10% circa registrata sia nel 2002 che nel 2003, anche nel 2004 la dinamica dei volumi produttivi è stata orientata alla contrazione: le stime di produzione mostrano, per lo scorso anno, un calo di -7,4% in volume e di -3,6% in valore. Complessivamente sono state prodotte 281 milioni di paia (303,4 milioni nel 2003) per un fatturato pari a 7.310 milioni di euro.

Rispetto a quelle del 2003, le esportazioni sono diminuite di -6,1% in quantità e di -2% in valore ed hanno toccato tutte le tipologie di prodotto: sui mercati esteri sono state collocate 279,3 milioni di paia, vale a dire 18,3 milioni di paia in meno, per un valore complessivo di 6.196 milioni di euro. A denunciare una situazione difficile anche le calzature in pelle, tradizionale punto di forza del made in Italy, che hanno subito una

contrazione di -6,3% in volume e -3,1% in valore. In ambito europeo, una sensibile ed ulteriore contrazione è stata registrata dalle vendite in Germania, scese di -9,9% in quantità, nel Regno Unito (-14,6%), rispettivamente primo e quarto mercato di sbocco per la calzatura italiana, ma anche in Austria (-2,5%), Paesi Bassi (-5,2%), Grecia (-5,8%); ridotto del 19% anche l'export italiano nei Paesi dell'Est europeo, con un preoccupante calo della Russia pari a -7,9% in quantità, sebbene i valori esportati siano in costante aumento (+6,7%); nei 25 Paesi dell'Europa Unita la flessione è stata di -6,6% e di -10% nell'area del Far East. Risultati positivi si sono ottenuti in USA, dove si è evidenziato un +1,7% in quantità e un +3% in valore, e in Francia, con un incremento delle paia esportate pari a +5,2% grazie ad un abbattimento del prezzo medio (-4,1%).

Continua ad evidenziare performances da record l'importazione, nonostante sul mercato italiano perduri la stagnazione dei consumi. L'aumento in termini di volume è stato di +15,8% per un totale entrato in Italia di 311 milioni di paia (oltre 42 milioni di paia in più sul 2003) pari a 2.577 milioni di euro, con un prezzo medio diminuito di -8,4%. In forte crescita l'import dal Far East (+26,3% in volume): la Cina ha fatto registrare un ulteriore balzo in avanti di +27%, la Malaysia di +234%, l'Indonesia di +20%, l'India di +41%. Crescita anomala, pari a +71%, da Macao evidentemente legata a triangolazioni da altri Paesi asiatici.

L'interscambio commerciale si è tuttavia mantenuto attivo con un saldo di 3.618,6 milioni di euro (-6,9%). In quantità le calzature importate sono state superiori di 31,7 milioni di paia rispetto a quelle esportate, evento mai accaduto negli anni precedenti. Per quanto riguarda la situazione italiana i dati rilevano un consumo interno stagnante (+0,1% in quantità) ed una flessione del numero di imprese (-2,7%) e degli addetti (scesi a 100.934 unità).

Gli indicatori di breve-medio periodo rimangono ancora orientati al segno negativo anche per i primi mesi del 2005: il peso dello smantellamento delle quote dalla Cina influisce sulle esportazioni, che si riducono di un ulteriore 10,7% e sulle importazioni

che rimangono sui livelli record del 2004.

### Germania / Import record di calzature in Germania.

Le importazioni di calzature in Germania hanno superato i 400 milioni di paia nel 2004, oltre il doppio rispetto all'inizio degli anni '80. Principale fornitore è stata la Cina (28%), seguita dal Vietnam (20%) e dall'Italia (11%). Altri quattro Paesi europei - Spagna, Paesi Bassi, Portogallo e Austria - hanno contato per un ulteriore 12%, mentre gli altri fornitori sono stati Cambogia, Polonia, Indonesia, Romania e India. Trent'anni fa la Germania importava poco più di 150 milioni di paia.

### Colombia / Concerie a rischio.

In Colombia, il settore conciario sembra stia attraversando diverse difficoltà da quando il governo è diventato più rigoroso nelle questioni ambientali e sul trattamento degli scarti industriali. Infatti, circa 60 concerie che operano nell'area di Bogotà e che scaricano i loro effluenti nel fiume Bogotà si trovano a dover affrontare la possibilità di chiudere.

Il 70% della pelle prodotta in Colombia viene esportata allo stato di wet blue, che limita la capacità dell'industria e quindi la possibilità di diventare più competitiva ed effettuare così gli investimenti necessari.

### Cina / Più business nella calzatura cinese.

Nella città cinese di Jinjiang, tra i principali centri produttivi del Paese, sono stati esportati circa 438 milioni di paia valutate in 1,040 milioni di US\$ nel 2004, stabilendo un nuovo record in termini di quantità e volume del business.

In relazione ai numeri di Jinjiang, la quantità di calzature esportate è salita dell'11,7%. L'anno scorso la qualità dei prodotti realizzati in questa città è migliorata notevolmente, mentre i prezzi unitari sono aumentati in proporzione. Le principali aziende acquirenti provenivano dal Giappone, dalla Corea, dal Sud Africa, dalla Russia e dall'Unione Europea, dove si prevede che il mercato crescerà ancora di più in seguito alla recente eliminazione delle quote.

© Tecnologie Conciarie

TUTTI HANNO DELLE IDEE.  
MA QUANTE MIGLIORANO REALMENTE IL MODO DI FARE CONCIA?

PH NICOLA CIONI

Le idee migliori sono quelle che danno risultati concreti. I processi di concia possono essere molto più semplici e molto più efficaci. Chimont, grazie all'assidua ricerca e forte di una lunga esperienza, crea prodotti e processi innovativi per ogni fase di concia e rifinitura, capaci di incrementare la competitività dell'industria conciaria. Innovazione Chimont: meno tempo, meno costi, più sicurezza, più risultati.

BOLOGNA, TANNING TECH  
25/28 OTTOBRE 05 STAND A1\_PAD. 31  
WE ARE WAITING FOR YOU.

[WWW.CHIMONT.IT](http://WWW.CHIMONT.IT)

 **Chimont  
International**

FUTURE IS NOW.  
TAKE IT EASY.