



Camera Nazionale della Moda Italiana

Assemblea Annuale Ordinaria

**Relazione del Presidente
Cav. Lav. Mario Boselli**

Milano, 16 aprile 2009



Camera Nazionale della Moda Italiana

1. LA SITUAZIONE DEL SETTORE

2. C.N.M.I.: LA RAPPRESENTANZA ISTITUZIONALE

3. C.N.M.I.: LA GESTIONE ORDINARIA

- **GESTIONE ECONOMICA E FINANZIARIA**
- **ATTIVITÀ SVOLTE E SERVIZI PRESTATI**
- **ADESIONE NUOVI SOCI**

4. IL FUTURO DEL SETTORE:

LA CRISI, LA SUA EVOLUZIONE, LE SCELTE



Camera Nazionale della Moda Italiana

Gentili Signore e Signori, Cari Associati e Colleghi imprenditori,

Questa Assemblea Ordinaria si svolge in un momento di particolare preoccupazione e di incertezza per il settore, ma proprio per questo è importante che ci si ritrovi fra noi della CNMI per parlare, per scambiare delle idee e per interrogarci apertamente.

Questo è il mio auspicio per i lavori di oggi.

1. LA SITUAZIONE DEL SETTORE

La situazione che stiamo vivendo, come macro settore, è sicuramente negativa, ma meno di altri comparti dell'economia. All'interno del sistema vi sono grandi differenze soprattutto tra il tessile a monte (in particolare per i filati ove si manifesta la maggior sofferenza per passare ai tessuti e alla nobilitazione) ed il prodotto finito a valle (abiti ed accessori) che soffre in misura minore.

Vi sono poi differenze fra le piccole e medie aziende più colpite anche dalla stretta creditizia e quelle medio grandi e grandi gruppi che hanno maggiori possibilità di manovra.

E' comunque certo che non abbiamo mai vissuto una congiuntura degradatasi in modo così repentino e profondo e ciò in un quadro di totale incertezza per il futuro. Per altro, ultimamente, si avvertono segnali positivi ma spesso



Camera Nazionale della Moda Italiana

contraddittori sull'andamento delle borse e dei cambi, in quanto il tutto è caratterizzato da un'altissima volatilità.

Ciò nonostante per non venir meno allo sforzo previsionale che abbiamo sempre fatto in occasione della nostra assemblea, si forniscono qui di seguito i dati del settore relativi al consuntivo 2008 e le previsioni per il 2009 che affidiamo alla vostra attenzione pur con tutte le riserve del caso.

	2006	2007	2008 (preconsuntivi)	2009 (previsioni)
Fatturato totale delle imprese (mln €)	67.578	69.269	66.498	62.176
<i>Variazione %</i>	<i>6,30%</i>	<i>2,50%</i>	<i>-4,00%</i>	<i>-6,50%</i>
Export (mln €) *	41.323	42.100	40.416	38.677
<i>Variazione %</i>	<i>6,30%</i>	<i>1,90%</i>	<i>-4,00%</i>	<i>-4,30%</i>
Import (mln €)	24.868	25.215	24.332	23.846
<i>Variazione %</i>	<i>1,20%</i>	<i>2,00%</i>	<i>-3,50%</i>	<i>-2,00%</i>
Saldo con l'estero (mln €) *	16.454	16.885	16.084	14.831
Produzione realizzata in Italia (var. %)	0,90%	2,10%	-1,90%	

Questo è uno scenario di normale diligenza previsionale, ma onestamente non so quanto attendibile in un momento di grande discontinuità di andamento dell'economia e dei mercati e vi rimando alla fine della mia relazione allorquando parleremo della crisi e della sua possibile soluzione.



Camera Nazionale della Moda Italiana

2. C.N.M.I.: LA RAPPRESENTANZA ISTITUZIONALE

Nell'anno 2008 Camera Nazionale della Moda Italiana ha celebrato il cinquantesimo anniversario dalla sua fondazione, ciò significa cinquant'anni di storia della Moda Italiana e di successo nel mondo. Ricordiamo che l'avventura della Moda Italiana inizia a Firenze negli anni '50 con le prime sfilate di creatori di alta Moda e nel 1953, su iniziativa di Giorgini, la Moda Italiana sfila per la prima volta nella Sala Bianca di Palazzo Pitti. L'evento segna l'ufficializzazione del passaggio dalla fase artigianale a quella industriale della Moda Italiana, che poi successivamente darà vita al prêt-à-porter che farà la fortuna del Made in Italy.

Nel 1958 a Roma viene fondata la Camera Sindacale della Moda Italiana che nel 1962 viene ribattezzata Camera Nazionale della Moda Italiana.

Sul piano internazionale

Il 3 marzo ultimo scorso è stato firmato un accordo con 'Asociación de Creadores de Moda de España', nella persona del Presidente Modesto Lomba, nello spirito di quello stipulato con la 'Fédération Française de la Couture du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode' nel 2000 e nel 2005.

I temi oggetto dell'accordo sono:

- I. Realizzare periodici incontri al fine di confrontare le rispettive realtà e raggiungere una visione comune sul futuro dell'attività dei rispettivi sistemi tessile-abbigliamento moda.



Camera Nazionale della Moda Italiana

- II. Armonizzare i calendari delle manifestazioni di moda che si tengono in Italia ed in Spagna nel contesto degli accordi internazionali stabiliti, anche con altri soggetti, come quello fra l'Italia e la Francia (26/06/2000, 17/01/2005).
- III. Sostenere in sede comunitaria l'adozione delle norme sulla obbligatorietà del marchio di origine per tutte le provenienze extra CEE (opzione 2 CEE).
- IV. Operare congiuntamente nella lotta alla contraffazione e per la difesa della proprietà intellettuale ed industriale attivandosi nelle varie sedi comunitarie e nazionali, con ogni azione utile al raggiungimento dello scopo.
- V. Coordinare le azioni per contrastare le diffusioni di modelli estetici in grado di condizionare negativamente persone a rischio anoressia.
- VI. Cooperare attivamente in materia di formazione con l'eventuale coinvolgimento delle istituzioni europee.

Riteniamo che tale intesa rafforzi il ruolo della nostra Camera come riferimento imprescindibile a livello internazionale per varie tematiche, prima fra tutti quella della definizione dei calendari annuali delle Fashion Week del mondo. Non a caso già ora gli organizzatori delle varie realtà moda di tutti i paesi si rivolgono a noi per questa specifica tematica.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Sui rapporti con le realtà locali

- **Con il Comune di Milano**

Rispetto agli anni precedenti, la collaborazione e la sinergia con il Comune di Milano si è ulteriormente rafforzata e arricchita di contenuti. La condivisione di strategie e obiettivi e la forte intesa con il Sindaco di Milano Letizia Moratti ha potenziato e valorizzato il ruolo istituzionale di Camera della Moda che si riafferma come punto di riferimento imprescindibile e autorevole per il settore moda. Il Comune di Milano esprime e testimonia una grande attenzione nei nostri confronti attraverso il continuo dialogo con Camera Nazionale della Moda Italiana e un supporto concreto alle diverse iniziative proposte.

In particolare l'Assessore all'Innovazione, Ricerca, Capitale Umano, Luigi Rossi Bernardi continua con determinazione ed entusiasmo il Suo impegno a sostenere i progetti legati ai giovani imprenditori: infatti grazie al finanziamento del Comune di Milano di € 600.000, e al co-finanziamento di CNMI di € 220.000 (che si concretizza nel costo delle funzioni direttive coinvolte e del personale dipendente) CNMI ha realizzato nel corso del 2008 la seconda edizione del PROGETTO INCUBATORE DELLA MODA volto alla creazione e allo sviluppo di nuove imprese per la moda aiutando nella fase di start up 6 giovani nuovi imprenditori. L'Assessore Rossi Bernardi – al quale dobbiamo uno speciale ringraziamento - incoraggiato dal successo della seconda edizione, ha sostenuto, anche per l'anno 2009, il finanziamento alla C.N.M.I. della terza edizione dell'Incubatore Moda con € 720.000 – cui si aggiunge il co-finanziamento di CNMI di € 330.000 (che si concretizza nel costo delle funzioni direttive coinvolte e del personale dipendente). L'Incubatore della Moda, infatti, continua ad ottenere un riscontro positivo che va oltre le migliori aspettative e



Camera Nazionale della Moda Italiana

che è testimoniato dalla copiosa rassegna stampa, dalla comunicazione e visibilità ottenuta dalle aziende incubate, dalla sfilata a Milano Moda Donna e all'estero, dalle partnership e licenze siglate dai giovani imprenditori, dal consenso dei buyer che vendono le collezioni nelle boutique più trendy e glamour di Milano, dai tanti servizi redazionali sulle più importanti riviste di settore.

Un altro importante progetto che il Comune di Milano affiderà a CNMI è il The Fashion Institute of Milan, strategico per il futuro della Moda a Milano e nel Paese. Il progetto costituisce la realizzazione e la prosecuzione della Città della Moda che nasce più di venticinque anni fa, da un'intuizione di Nicola Trussardi, al quale va il ricordo e il ringraziamento di CNMI. La Fondazione Milano città della Moda e del Design, della quale CNMI è Socio Fondatore, ha portato avanti l'idea illuminata di Nicola Trussardi. Oggi il progetto è ufficiale: Milano, grazie alla volontà del Sindaco di Milano Letizia Moratti, avrà una città della Moda e sorgerà nell'area Garibaldi-Isola-Varesina. L'intero progetto che oggi ha assunto dimensioni maggiori si chiama "Porta Nuova" e il master plan prevede ancora, oltre alla realizzazione di una grande area espositiva che dovrebbe diventare il nuovo Centro Sfilate di Milano Moda Donna e Uomo, un edificio a valenza formativa e culturale in senso lato che costituirà il The Fashion Institute of Milan. L'edificio sarà di proprietà del Comune di Milano ma, così come già annunciato dal Sindaco di Milano nella conferenza stampa a Palazzo Marino del 15 luglio 2008, la gestione delle attività sarà affidata alla CNMI. Il Fashion Institute of Milan rappresenterà un Polo di eccellenza internazionale ed un contributo concreto che sposterà le competenze e le capacità al di fuori della logica competitiva dei costi – che spesso non ci vedono vincenti- e che consentirà la possibilità di affrontare con successo le nuove sfide



Camera Nazionale della Moda Italiana

di un'economia globale puntando sui concetti di qualità, innovazione, ricerca, creatività. CNMI, grazie al supporto e alla disponibilità dell'Assessore Luigi Rossi Bernardi, ha ottenuto per il 2008-2009 un finanziamento di € 250.000 per lavorare ad un progetto di studi e ricerca sulle ipotesi di destinazione d'uso dell'edificio, sulle analisi d'uso economico, l'ipotesi di conto economico e un modello di governance .

Grande intesa anche con l'Assessore alle Attività Produttive con delega alla Moda, Giovanni Terzi, che ha prontamente accolto e sostenuto il progetto ENJOY MILANO, volto a implementare i servizi della città di Milano durante le settimane della moda e migliorarne in generale l'accoglienza, l'ospitalità e gli intrattenimenti: aperture straordinarie e prolungate dei musei, delle boutique, dei ristoranti. Iniziative culturali e musicali, film in lingua straniera. Info point e segnaletica mirata. Servizio taxi e trasporti più agevoli e frequenti. Pulizia e arredo della città. Il progetto è volto soprattutto a conferire alla città di Milano, capitale del Pret-à-Porter, un maggiore appeal e glamour facendola diventare un centro pulsante e piacevolmente vivibile. L'Assessore Giovanni Terzi sta studiando con CNMI nuovi e importanti progetti volti ad accrescere Milano Capitale del pret-à-porter e la visibilità internazionale.

Ultimamente con il neo nominato Assessore alla Cultura Massimiliano Finazzer Flory è iniziata una proficua collaborazione per l'organizzazione di iniziative culturali di ampio respiro a favore della comunità e di buyer e stampa che visitano Milano in particolare nei momenti moda delle nostra main collection (MMD e MMU).

Un primo concreto e positivo esempio si è realizzato in occasione della recente edizione di Milano Moda Donna durante la quale il Comune di Milano,



Camera Nazionale della Moda Italiana

Assessorato alla Cultura, ha progettato per tutta la durata una serie di eventi finalizzati all'animazione culturale del Quadrilatero della Moda:

- *Sfilata di auto e moto d'epoca del periodo 1909 al 1920*
- *Serata in collaborazione con il Conservatorio "G.Verdi" di Milano dedicata alla Moda ed al Futurismo con Jacqueline Ceresoli nella Sala Tiepolesca della Chiesa di San Francesco da Paola di Via Montenapoleone*
- *Apertura straordinaria del Museo Bagatti Valsecchi con visite guidate gratuite intervallate da performances futuriste degli attori della Scuola d'Arte Drammatica Paolo Grassi, e spettacoli di danza.*
- *Serata in collaborazione con il Conservatorio "G.Verdi" di Milano nella Chiesa di San Francesco da Paola - Via Montenapoleone "Barcarole e Notturmi"*
- *Performance di danza futurista a cura della Scuola d'Arte Drammatica Paolo Grassi nel Cortile del Palazzo Gavazzi oggi Balossi Restelli – via Montenapoleone*

Segnalo che l'Assessore ha inoltre creato un "Commissione per la liberazione della Cultura" al quale sono stato invitato a partecipare; si sono tenute due riunioni il 7 febbraio, il 7 marzo, ed il lavoro progettuale dovrebbe produrre effetti a breve.

- **Con la Camera di Commercio di Milano**

Continua il positivo rapporto con la Camera di Commercio di Milano che continua a sostenere Milano Moda Donna ed in particolare l'iniziativa dedicata ai giovani: Concorso Next Generation, giunto quest'anno alla Sua terza edizione. L'iniziativa, completamente gratuita, è rivolta ai giovani stilisti sotto i



Camera Nazionale della Moda Italiana

30 anni e ai vincitori è offerta, tra l'altro, l'opportunità unica di avere la propria collezione prodotta gratuitamente e di presentarla sulle prestigiose passerelle di Milano Moda Donna. La Camera di Commercio sostiene e contribuisce con € 250.000 ogni edizione di Milano Moda Donna ed è un partner importante perché offre a Camera della Moda un confronto attivo e continuo su temi di comune interesse.

- **Con la Regione Lombardia**

Dobbiamo purtroppo dire che grandi aspettative sono andate deluse. Nell'Assemblea dello scorso anno in base a precise assicurazioni dateci dal Comitato per la Moda della regione Lombardia, dicevamo: "Grazie a significative disponibilità finanziarie messe a disposizione dall'Assessorato all'Industria, PMI e Cooperazione, con a capo l'Assessore Massimo Corsaro, sono state destinate risorse al settore e alla nostra associazione per la realizzazione di Milano Moda Donna".

Ora dobbiamo a malincuore segnalare che a fronte di una precisa conferma di uno stanziamento di un contributo di 500.000,00 euro per ogni edizione di MMD, quindi 1.000.000 di euro nel 2008, nulla è pervenuto.

E' evidente che il venir meno di un contributo di tale importanza ha negativamente condizionato il risultato economico della gestione del 2008 come vedremo più dettagliatamente al punto successivo (la gestione economica e finanziaria), anche perché in vista di tale contributo sono state approvate dal Consiglio Direttivo delle nuove iniziative quali, Milano Moda Pre-Collezioni, Milano Moda Design e i Dossier speciali con Vogue Italia per Milano Moda Pre-Collezioni.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Questo episodio ci deve far riflettere sulle facili promesse della politica e suggerire di basare la nostra attività su fattori di nostra pertinenza, o che possiamo quanto meno amministrare direttamente, come l'acquisizione e la gestione degli sponsor, oltre alla gestione delle quote derivanti dalla base associativa.

Solo dopo aver partecipato il 30 luglio 2008 ad un bando promosso della Regione Lombardia in attuazione all'accordo di Programma per lo sviluppo e la Competitività del Sistema Economico Lombardo, che prevedeva iniziative a favore del settore produttivo della moda, questo gennaio ci è stato comunicato che Camera Nazionale della Moda Italiana è stata ammessa al finanziamento richiesto per sostenere l'iniziativa Milano Moda Pre-Collezioni per un contributo pari a euro 103.500,00

3. C.N.M.I.: LA GESTIONE ORDINARIA

LA GESTIONE ECONOMICA E FINANZIARIA

Qui di seguito vengono sintetizzati i dati significativi riguardanti la situazione economico finanziaria della C.N.M.I., la cui documentazione è in cartella ai punti dell'o.d.g. 1-2-3-4-5, in particolare vengono consegnati i seguenti documenti:

- **BILANCIO 2008**
- **BUDGET 2009**



Camera Nazionale della Moda Italiana

Prendendo in esame il Bilancio 2008 C.N.M.I., si può notare come il risultato gestionale sia negativo rispetto all'anno passato, infatti il 2008 chiude con un disavanzo di gestione, al netto del risultato d'esercizio della partecipata Camera Moda S.r.l., di Euro 303.852,00 rispetto ad un avanzo del 2007 di Euro 215.295,00.

Si segnala che per il 2008, vi è stato un miglioramento del valore delle entrate passato da Euro 3.096.755,00 del 2007 ad Euro 3.615.447,00. L'incremento è correlato principalmente a:

- contributo del Comune di Milano per il Progetto Incubatore;
- contributo del Comune di Milano per il progetto Indagine ed Analisi sui temi prioritari del settore moda;
- contributo della CCIAA di Avellino per il progetto Solofra (del quale si parlerà più avanti);

I contributi ricevuti dal Comune hanno determinato un recupero del costo del personale interno, comportando una riduzione del costo del personale rispetto al 2007 di oltre il 30% sia per CNMI che Camera Moda SRL.

L'ottimizzazione della gestione finanziaria della liquidità ha comportato un risultato positivo per il 2008 pari ad Euro 75.243,00.

A fronte di questo incremento delle entrate, vi è stato un maggior impiego di risorse legato allo sviluppo delle iniziative legate a MILANO MODA UOMO, MILANO MODA DONNA. Inoltre vi è stato l'assorbimento parziale dei costi delle due edizioni di MILANO MODA SHOW ROOM e di un'edizione di MILANO MODA PRECOLLEZIONI.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Per quanto riguarda la partecipata Camera Moda S.r.l., il risultato al 31/12/2008 è stato negativo e pari ad Euro 247.873,00 rispetto ad un risultato sempre positivo del precedente esercizio di Euro 5.170,00. Anche nel 2008 vi è stato un incremento dei ricavi da sponsorizzazioni. Purtroppo i nuovi eventi realizzati Milano Moda Precollezioni e Milano Moda Design non supportati dai contributi attesi dalla Regione su Milano Moda Donna, hanno determinato un risultato negativo.

Passando al budget 2009 di C.N.M.I., il risultato preventivato è stimato in un disavanzo di gestione di circa Euro 664.000,00 circa comprensivo della perdita della partecipata Camera Moda S.r.l. stimata in circa Euro 500.000,00.

Ricordo che proseguono i rapporti con gli sponsor ufficiali da tempo vicini a C.N.M.I. grazie ai quali possiamo realizzare importanti attività ed eventi: Canon – sponsor principale, Class Editori, American Express sino al 31 luglio 2009, Lectra e DHL; è stato sottoscritto un importante contratto con Mercedes Benz.

ATTIVITE' SVOLTE E SERVIZI PRESTATI

Camera Nazionale della Moda Italiana è l'unica Associazione che realizza iniziative di promozione e di immagine in modo sistematico durante tutto il corso dell'anno. Stiamo parlando infatti di **9 eventi** che coprono in modo importante i momenti più significativi delle case di moda nell'arco temporale di un anno solare. Queste iniziative rappresentano attività di supporto e comunicazione rivolte alle Maison nei momenti commerciali e di presentazione



Camera Nazionale della Moda Italiana

delle collezioni che coinvolgono stampa, buyer ed operatori, italiani e internazionali.

In questo contesto di incertezza economico-finanziaria desideriamo sottolineare la scelta del Consiglio Direttivo di mantenere attive tutte le **nuove** Manifestazioni, mi riferisco a Milano Moda Pre-Collezioni, Milano Moda Showroom e Milano Moda Design, ciò al fine di sostenere il comparto e di rafforzare l'immagine della moda italiana a livello internazionale.

Nel corso degli ultimi anni la Camera Nazionale della Moda Italiana ha sviluppato le Manifestazioni tradizionali e di maggior richiamo e ha progettato nuove iniziative che sono da subito diventate un nuovo riferimento internazionale.

Questa ultima edizione di Milano Moda Donna ha segnato l'avvio di importanti novità. L'introduzione di un nuovo Regolamento per l'accreditamento dei giornalisti alle sfilate di Milano Moda Donna, che prevede, tra le altre cose, il versamento di una somma per il rilascio dello stesso, al fine di riservare ai giornalisti, agli operatori radiotelevisivi e fotografi accreditati, servizi sempre più esclusivi e personalizzati. L'accreditamento è disciplinato da criteri di selezione tengono conto di una serie di requisiti, a tutela e nel rispetto dei giornalisti che operano attivamente nel mondo moda con credenziali personali e professionali, e della qualità della Manifestazione stessa.

Siamo fiduciosi che le modifiche apportate contribuiranno a migliorare le condizioni di lavoro di tutti gli attori, non solo di quelli del mondo dell'informazione.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Quanto al Calendario di Milano Moda Donna è invece da sottolineare che l'edizione Donna di febbraio si è caratterizzata dalla nuova collocazione infrasettimanale, da mercoledì a mercoledì, evitando così un week-end. Tale decisione è stata voluta in particolar modo per venire incontro alle esigenze della stampa internazionale e per consentire di spalmare le sfilate delle grandi maison in sei giorni. Purtroppo a febbraio ciò non è avvenuto, anche per il condizionamento dei budget e dei grandi gruppi editoriali.

Significativa è stata l'organizzazione a chiusura del calendario di Milano Moda Donna, mercoledì 4 marzo 2009, presso il Milano Fashion Center del *Party for Young Generation*, nuova iniziativa ideata e realizzata da Camera della Moda: un convegno dedicato agli studenti delle scuole di moda di Milano.

Tra i relatori presenti al convegno, moderato dalla giornalista Daniela Cuzzolin Oberosler: l'Assessore alla Ricerca Innovazione Capitale Umano Luigi Rossi Bernardi, l'Assessore alle Attività Produttive-moda Giovanni Terzi, Barbara Nerozzi Preside della Libera Università delle arti Bologna e Mario Boselli Presidente di C.N.M.I. Alla presenza di circa 500 studenti hanno portato inoltre la loro testimonianza gli stilisti di Frankie Morello Maurizio Modica e Pierfrancesco Gigliotti, Chicca Lualdi del marchio BeeQueen by Chicca Lualdi e Andrea Turchi e sono stati trattati temi di forte attualità per i giovani.

Riguardo al Calendario di Milano Moda Uomo, si ricorda che il Consiglio Direttivo ha deciso un cambiamento della struttura del calendario per l'edizione di gennaio, riducendolo a quattro giorni. Ciò in virtù, da un lato della rinuncia di alcune case a sfilare e dall'altro, dei problemi causati da un'iniziativa di Parigi che, contravvenendo agli accordi presi, ha inserito, pur in una situazione 'di calendario off', un evento nella serata di mercoledì 21 gennaio, ultimo giorno di Milano.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Tra i nuovi importanti progetti di Camera Nazionale della Moda Italiana ricordiamo la manifestazione di Milano Moda Pre-Collezioni, che ha già alle spalle due edizioni di rilevanza internazionale, che si è resa necessaria dopo aver constatato che almeno due terzi del fatturato globale di una collezione viene realizzato prima della sfilata; Milano Moda Showroom, che è alla sesta edizione, e che ha svolto in modo innovativo il compito di coordinare le presentazioni delle pre-collezioni/vendite delle showroom milanesi, soddisfacendo un'esigenza avvertita da buyer nazionali e internazionali.

Infine tra poco vedrà l'inizio la seconda edizione di Milano Moda Design importante iniziativa di comunicazione internazionale, che rafforza il brand-marketing e la brand awareness, realizzata in concomitanza con il Salone del Mobile di aprile e studiata per valorizzare le Griffe di moda che presentano collezioni e prodotti di Design, coordinando le numerose presentazioni ed eventi, mediante la pubblicazione di un Calendario.

Tale evento è interamente finanziato e sostenuto da Mercedes Benz che è sponsor principale e supporta la manifestazione con iniziative a beneficio anche degli Associati, mettendo a disposizione auto e servizio autisti.

SOLOFRA FASHION AWARDS

Il progetto Solofra Leather Fashion Award è stato ideato e realizzato dalla Camera Nazionale della Moda Italiana e finanziato dalla Camera di Commercio di Avellino e dall'Unione Europea con un finanziamento totale € 200.000.

L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di promuovere e valorizzare attraverso il talento di giovani designers emergenti internazionali, la produzione conciaria del



Camera Nazionale della Moda Italiana

Distretto di Solofra. CNMI ha selezionato sei designers internazionali che hanno lavorato insieme alle concerie e aziende di Solofra per creare delle mini-collezione che re-interpretassero la pelle di Solofra. Le creazioni in Pelle, realizzate per l'occasione, sono state esposte nel centro sfilate di Milano Moda Donna presso lo Spazio Solofra dal 20 al 27 settembre 2008.

Nel mese di ottobre l'iniziativa SOLOFRA LEATHER EXPRESSIONS è stata inaugurata anche nello storico chiostro di Santa Chiara a Solofra dove la mostra è stata ri-allestita. Per CNMI erano presenti i Vice Presidenti Giovanna Gentile Ferragamo e Saverio Moschillo e il Consigliere Maria Luisa Trussardi e il Direttore Giulia Pirovano che hanno dato lustro all'inaugurazione e contribuito, con la Loro preziosa testimonianza, al successo dell'iniziativa.

Infine segnalo che la Struttura della Camera, da fine 2003, comprende una segreteria organizzativa dedicata agli eventi Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna che svolge attività di coordinamento e stesura dei calendari, accrediti buyer e stampa, organizzazione logistica e tecnica con il centro congressi e che dal 2006 coordina le nuove Manifestazioni Milano Moda Showroom, Milano Moda Pre-Collezioni e Milano Moda Design; oltre un Ufficio Stampa istituzionale e di manifestazione.

Tutto quanto sopra esposto è stato fatto con un organico di personale assai limitato, con questi i numeri:

- Associazione C.N.M.I: 3 impiegati
- Camera Moda S.r.l : 8 impiegati
- A cui si aggiungono 2 stagisti.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Tutto il personale è coordinato da un unico dirigente, il Direttore.

Desidererei, pertanto, ora ringraziare sentitamente il Direttore della Camera Dr.ssa Giulia Pirovano, le Collaboratrici che, in condizioni non sempre facili, hanno lavorato bene con entusiasmo e generosità e che sono state fondamentali per il funzionamento ottimale dell'organizzazione e per il raggiungimento di numerosi e importanti obiettivi.

Un sentito ringraziamento a tutti i Colleghi del Comitato di Presidenza e del Consiglio Direttivo per il loro generoso, intelligente impegno e per i loro sacrifici.

Un affettuoso e sentito ringraziamento al nostro Presidente Onorario, Beppe Modenese, che ci affianca con la sua grande esperienza.

ADESIONE NUOVI SOCI

Anche quest'anno abbiamo avuto molte nuove adesioni e siamo orgogliosi di citarvi i nuovi soci a partire dal mese di aprile 2008 ad oggi:

ALCANTARA, JOHNNY LAMBS, SANTONI, NUOVA CENTAURO (ALBERTO GUARDIANI), MANAS, RMCW (CRISTIAN WEBER), BRAND EXTENSION (MILA SCHON), ERMENEGILDO ZEGNA (AGNONA), CALZATURIFICIO SPRING, GABRIELE COLANGELO, BARRETT

Totale ammessi N. 11



Camera Nazionale della Moda Italiana

Purtroppo ci sono state anche delle dimissioni,

AIGNER, G-FASHION, COMPAGNIA DELLA BELLEZZA, STEFANO SERAPIAN, MOOD, MAJOR MODEL MANAGEMENT, S.P.T. (SCAVIA ACCESSORI), SINTESI FASHION GROUP, STUDIO TUCANO, RAFFAELLA CURIEL, W.L.GORE, SISSI ROSSI, DORATEX (CRISTIANO FISSORE-AVONCELLI-ANDREA FENZI- GIOFERRARI), MC ADAMS, AGNONA, JAM SESSION SRL, ANGELFUR, VIKING, FASHION ART LIVIO DE SIMONE, GAI MATTIOLO

Dunque il bilancio di quest'anno è il seguente:

N° Soci ad Aprile 2008: 191

N° Soci dimessi: 20

N° Soci nuovi ammessi: 11

N° attuale dei Soci: 182

4. IL FUTURO DEL SETTORE

LA CRISI, LA SUA EVOLUZIONE, LE NOSTRE SCELTE

Una cosa è certa: ciò che sta accadendo in modo del tutto inaspettato per ampiezza e gravità dei fenomeni, sta avendo, ed avrà, conseguenze



Camera Nazionale della Moda Italiana

rilevantissime sul futuro del macro settore tessile abbigliamento e sulle sue strutture.

Non siamo in grado di pronunciarci in modo preciso sull'andamento ulteriore della crisi perchè stiamo ancora vivendo un momento di grande incertezza, ma possiamo tentare di immaginare il suo decorso.

Si è parlato di una crisi a **V** (rapida caduta e rapida ripresa). La cito per dire che fin d'ora possiamo escludere che sia così.

Si è paventata una crisi a **L** (rapida discesa e una lunga fase di stagnazione sui livelli ai quali siamo caduti). Un po' per la consapevolezza che un tale scenario collegato con le gravi situazioni finanziarie (credit crunch) porterebbe ad un drastico ridimensionamento del settore e un po' perché senza esprimere un atteggiamento di superficiale ottimismo, dobbiamo riconoscere di aver già vissuto nel passato gli *up & down* del mercato, sia pur non a questo livello di depressione, vorremmo poter escludere un tale scenario catastrofico.

La più probabile soluzione della crisi sarà quella caratterizzata da una **U asimmetrica** nel senso che la caduta dovrebbe potersi attestare sulle attuali basi e vedere qualche modesto segnale di ripresa già a cavallo delle ferie estive che potrebbe poi consolidarsi lentamente per tornare in tempi medi (2/3 anni?) ai livelli pre-crisi.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Questo quadro generale, che è a mio giudizio riferibile anche ad altri settori, merita però un esame dei nostri comportamenti, una riflessione critica, con lo scopo, se possibile, di accelerare l'uscita dalla crisi.

Ritengo che la recente esperienza di vendite promozionali prenatalizie, dei saldi di gennaio, ma soprattutto di quella delle vendite effettuate dagli outlet durante tutto il periodo e che ha conosciuto crescite a due cifre, abbia dimostrato che il consumatore desidera ancora acquistare i prodotti dei nostri marchi di qualità ma non è più disposto, non vuole più pagare i prezzi 'normali', giudicati eccessivi, che si trovano nelle boutique durante tutto l'anno.

Va poi aggiunto che certe produzioni, realizzate in paesi extra europei (soprattutto in Cina) poco dichiarate come "origine", ma poi vendute a prezzi europei come se fossero vero 'Made in Italy', non vengono più accettate da un consumatore sempre più attento, che non ammette più certe "furbe" scorciatoie e che reagisce finendo così per acquistare dalle Grandi Superfici Specializzate. Tale reazione si motiva con un 'Cinese per cinese...tanto vale!!!'

E' quindi a mio giudizio necessario avere una nuova diversa etica verso il consumatore per ristabilire un rapporto di fiducia e tornare a basarsi su valori che hanno fatto crescere e portato al successo il Made in Italy.

Mi riferisco alla inderogabile esigenza di declinare concretamente quel 'Bello e ben fatto' che è stato ed è il nostro vanto. Il 'Bello', grazie al tessile di eccellenza e alla bravura degli stilisti, è non dico facile da ottenere ma è ancora a portata di mano ed il 'Ben Fatto' per essere tale, oltre all'aspetto materico, deve



Camera Nazionale della Moda Italiana

essere realizzato qui in Italia o vicino, nella zona pan-euro-mediterranea per certe produzioni più competitive.

In questo modo saremo anche più vicini al mercato in grado di servire e stimolare di più i nostri consumatori.

Un manifatturiero forte costituisce quel secondario produttivo che solo può essere alla base di una ripresa generalizzata imperniata su valori concreti e veri. Una realtà che, con una finanza virtuosa alla stessa collegata, possa garantire quella unitarietà di intenti in grado di riportare l'economia italiana ai livelli ante crisi, ma con una diversa garanzia di stabilità.

Una certezza: quello che stiamo vivendo è un periodo della vita del mondo, del nostro Paese, della moda, certamente storico, purtroppo pesantemente negativo di totale discontinuità rispetto al passato. Nulla sarà più come prima.

Aggiungo (a questa certezza) la considerazione che la crisi può non essere grave in funzione della consapevolezza della posta in gioco, del nostro impegno e di una nostra assunzione di massima responsabilità.

Si abbia quindi il coraggio di rimetterci in discussione, di ripensare le nostre imprese per fare scelte coraggiose (e fors'anche dolorose) ma che sole possono farci guardare con speranza ad un futuro di successo.

Vi ringrazio per l'attenzione.

(Cav. Lav. Mario Boselli)