



Camera Nazionale della Moda Italiana

Assemblea Annuale Ordinaria

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

Milano, 3 aprile 2007



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**
- **ATTIVITA' SVOLTE E SERVIZI PRESTATI**
- **ADESIONE NUOVI SOCI**

4. **IL FUTURO**



Camera Nazionale della Moda Italiana

Gentili Signore e Signori, Cari Associati e Colleghi imprenditori,

questa Assemblea Ordinaria è di particolare importanza perché, oltre ad una illustrazione della attività svolta, con gli adempimenti statutari previsti, provvederà a nominare il nuovo vertice.

Termina quindi, in questa occasione, il mandato del Consiglio Direttivo nominato tre anni fa, esattamente il 6/4/2004 e provvederò pertanto a tracciare un bilancio del nostro impegno associativo triennale.

1. LA SITUAZIONE DEL SETTORE

Penso che la CNMI, grazie ad una attenta visione del sistema Moda nella sua complessità e forte di uno strumento come il Fashion Economic Trends, abbia sempre puntualmente e correttamente, anzi spesso in anticipo su altri attori, previsto gli andamenti del settore.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Così è stato anche un anno fa quando per primi, grazie ad un tempestivo monitoraggio degli ordini Italia ed estero, avevamo affermato che “ finalmente a livello di sistema il peggio era passato” e ciò sia per i settori a monte che per quelli a valle.

In effetti la situazione si è ulteriormente consolidata: il 2006 anche nella seconda parte dell'anno è andato bene e nei primi mesi del 2007 continua un trend positivo che sembra poter durare per tutto l'anno.

I dati del nostro FET rappresentano in modo chiaro il grande cambiamento verificatosi nel 2006 dopo 5 anni di crisi e le previsioni di chiusura del 2007.

	2004	2005	2006 (provvisorio)	2007 (previsioni)
Fatturato totale delle imprese (mln €)	66.067	63.754	67.580	69.945
<i>Variazione %</i>	-2,9%	-3,5%	+6,0%	+3,5%
Export (mln €) *	39.053	39.055	40.575	41.823
<i>Variazione %</i>	+0,3%	+0,0%	+3,9%	+3,1%
Import (mln €)	20.565	22.066	24.714	26.938
<i>Variazione %</i>	+2,4%	+7,3%	+12,0%	+9,0%
Saldo con l'estero (mln €) *	18.488	16.989	15.861	17.885
Produzione realizzata in Italia (var. %)	-4,0%	-7,5%	0,0%	
Quota dell'Italia su export mondiale (**)	7,3%			
Occupazione (migliaia)	876	851		

Vorrei evidenziare un dato di grande interesse che emerge grazie ad una particolare rilevazione che la camera fa tramite FET, quello di comparare annualmente il fatturato del settore con la produzione effettuata in Italia, ciò al fine di monitorare i fenomeni di delocalizzazione produttiva.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Ora esaminando gli ultimi tre anni 2004 2005 2006, vediamo che il “Gap” fra fatturato e produzione domestica aumenta: nel 2004 era di 1,1 punti, nel 2005 era di 4 nel 2006 di ben 6 punti, ma al tempo stesso emerge dopo 5 anni un dato rilevante: la produzione italiana non è diminuita.

Ciò può far pensare ad una stabilizzazione del settore che, pur avendo perso in questi anni aziende e addetti, è ancora vivo e vitale, con alcune eccellenze sia a monte che a valle della filiera.

Un momento potenzialmente delicato, potrebbe essere rappresentato dall’inizio del 2008, quando verranno definitivamente eliminate le quote istituite nel giugno 2005 col negoziato UE-CINA.

Il quesito é se assisteremo o meno ad una invasione di prodotti cinesi come avvenuto nei primi quattro mesi del 2005.

La risposta è di cauto ottimismo soprattutto perché la Cina è cambiata.

Oggi la Cina pare essere un poco meno competitiva per gli aumenti di costi in particolare nelle regioni costiere, ma soprattutto perché lo sviluppo cinese ha prodotto un miglioramento delle condizioni di vita e del potere d’acquisto, incrementando i consumi di prodotti di abbigliamento “domestici”, riducendo così la pressione ad esportare verso le nostre economie: UE-Italia.

Se a tutto ciò aggiungiamo la considerazione che il nostro sistema manifatturiero si è ulteriormente ristrutturato, specializzato, organizzato anche con delocalizzazioni mirate, “di prossimità”, per le produzioni non più realizzabili in Italia per ragioni di competitività, penso si possa guardare al futuro con consapevole, cauta serenità.



Camera Nazionale della Moda Italiana

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

Nell'Assemblea di 3 anni fa, il 6 aprile 2004, avevamo definito il percorso evolutivo che la Camera voleva attuare: da "Club ad Istituzione" e già allora avevamo dato testimonianza di ciò. Oggi possiamo affermare che nell'ultimo triennio tale processo è stato perseguito con determinazione ed attuato con successo.

Mi pare opportuno sinteticamente ricordare i principali fatti dei quali abbiamo riferito nelle Assemblee dell'aprile 2004, 2005 e a quelli relativi allo scorso esercizio il 2006 che ricadono sotto le responsabilità del Consiglio Direttivo che cessa con la presente Assemblea:

- 03/02/03 Acquisizione della personalità giuridica a seguito del riconoscimento concesso dall'Autorità Prefettizia di Milano e relativa iscrizione nel registro delle persone giuridiche. Siamo quindi divenuti un'associazione con autonomia patrimoniale.
- 21/02/03 Stipula Accordo di Settore con il Ministero per le attività Produttive con l'obiettivo di massimizzare le sinergie tra l'azione pubblica e l'azione privata nel processo di internazionalizzazione dei settori produttivi, che la Camera rappresenta, attraverso la realizzazione di attività articolate sul piano della promozione, dell'immagine e comunicazione.



Camera Nazionale della Moda Italiana

- 11/07/03 Certificazione del Sistema Qualità di Camera Nazionale della Moda italiana e Camera Moda srl a norma UNI EN 9001:2000, con l'obiettivo di garantire serietà, competenza e trasparenza delle condizioni, favorendo il miglioramento continuo.
- 24/06/04 Camera Nazionale della Moda Italiana ha ottenuto l'accreditamento come ente formativo riconosciuto dalla Regione Lombardia.
- 17/01/05 La firma dell'Accordo Italo-Francese da parte del Presidente de la Fédération Française de la couture, Monsiuer Graumbach e del Presidente della CNMI, alla presenza del Ministro Francese François Loos e del Vice Ministro Italiano Adolfo Urso. Accordo controfirmato anche dal Presidente della Regione Lombardia, Roberto Formigoni.
- Ricordo che proprio grazie alla nostra proposta anticipata il 21/10/04 a Bercy e poi formalizzata nel succitato accordo, esattamente al punto 8) "*Creazione di un Sistema di Monitoraggio a priori delle importazioni*", si è attivata la positiva azione di ridefinizione delle quote di prodotti importati dalla Cina con il negoziato condotto da Mendelson.
- 14/03/06 In materia di difesa della proprietà intellettuale e lotta alla contraffazione, si è conclusa una prima fase, il 14/03/06 a Washington con una manifestazione di sensibilizzazione dei rappresentanti della Camera del Senato USA.



Camera Nazionale della Moda Italiana

E' stata un'azione promossa insieme alla Fédération Française de la Couture e al Council of Fashion Designer of America (CFDA) per emendare l'attuale legislazione in materia di copyright e marchi e proteggere altresì i disegni e i modelli di moda dalla pirateria. Anche grazie al successo dell'evento di Washington il progetto di legge per la protezione dei disegni e dei modelli di moda è stato presentato al congresso degli Stati Uniti. Gli Stati Uniti, infatti, sono l'unico Paese al mondo nel quale non è prevista dalla legge la protezione dei disegni e di modelli di utilità.

9/11/06 Camera Nazionale della Moda Italiana, Altagamma, Centro di Firenze per la Moda Italiana, Federazione Imprese Tessili e Moda Italiane SMI – ATI e Indicam hanno dato vita all'Intesa InterAssociativa.

L'obbiettivo dell'Intesa è lavorare insieme. Intesa InterAssociativa vuole essere lo strumento ed il metodo per rappresentare problematiche, aspettative e proposte di intervento delle Imprese che operano nel settore della Moda e nei settori delle Associazioni di riferimento, nel modo più efficace e coerente nei confronti del Governo Italiano, della Pubblica Amministrazione e della Commissione Europea.

Le cinque organizzazioni hanno identificato l'area di attività comune nelle Relazioni Istituzionali ed intendono operare in modo coordinato nelle



Camera Nazionale della Moda Italiana

seguenti aree tematiche:

- Politica Industriale e Commerciale
- Tutela della Proprietà Industriale e Lotta alla Contraffazione.
- Promozione all'Estero
- Formazione

- 18/12/06 A Milano è stato firmato il Codice Etico frutto del lavoro del Tavolo “Moda e Salute” costituito il 17/10/06 dal Sindaco Moratti e dai due Assessori alle Attività Produttive Tiziana Maiolo e alla Salute Carla De Albertis, che ha visto la partecipazione e la collaborazione di esperti professionisti del mondo medico e scientifico.
- 22/12/06 Firma da parte del Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive, Giovanna Melandri, Camera Nazionale della Moda Italiana e AltaRoma del Manifesto Nazionale di autoregolamentazione della Moda italiana contro l'anoressia. Il Ministro è poi venuto ad inaugurare Milano Moda Donna il 17/2/07 e ha potuto approfondire il confronto con i membri del Consiglio Direttivo di CNMI.
- 24/01/07 Abbiamo incontrato a Parigi Diane Von Furstenberg, Presidente della CFDA, Hilary Riva, direttore del British Fashion Council, Didier Grumbach, presidente della Fédération Française, per trattare e definire il tema dei calendari 2008/2009/2010.



Camera Nazionale della Moda Italiana

In tale occasione si è parlato anche di altri temi fra i quali quello del manifesto della lotta all'anoressia.

L'incontro ha permesso di raggiungere un accordo comune per le date dei calendari per il 2008 e un'intesa per le fashion week del 2009 e del 2010.

13/3/2007 Presentazione dello Studio "Il Futuro della Moda Italiana. L'innovazione dei modelli operativi" elaborato da Booz Allen Hamilton in collaborazione con CNMI e Centrobanca.

Vi è un'area nella quale si dovrà fare un ulteriore salto di qualità, mi riferisco al funzionamento delle commissioni. E' questo uno strumento che andrà ripensato da parte del nuovo Consiglio, con il coinvolgimento di risorse umane e professionali di qualità come quelle dei Colleghi, che hanno manifestato la volontà e l'interesse a collaborare con la Camera, candidandosi a far parte del Consiglio Direttivo.

Penso si possa affermare che il bilancio di questa importante attività, spesso sottovalutata, della nostra Associazione sia decisamente positivo, direi sorprendentemente positivo, se si pensa soprattutto all'area dei rapporti internazionali e al peso da noi raggiunto a livello mondiale.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Siamo riusciti a realizzare “coerenza” fra il peso e l’immagine della moda Italiana, ottenuta all’estero grazie alla bravura, al coraggio, alla determinazione dei nostri stilisti, delle nostre Case di Moda, dei nostri Imprenditori e quello della Istituzione rappresentativa del settore, appunto la nostra Associazione. Lasciatemi affermare con orgoglio che la CNMI ha creato relazioni serie e stabili, ha stipulato accordi, li ha gestiti, li ha rispettati, così ottenendo affidabilità e credibilità.



Camera Nazionale della Moda Italiana

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. 1-2-3-6, in particolare vengono consegnati i seguenti documenti:

- **BILANCIO 2006**
- **BUDGET 2007**

Prendendo in esame il bilancio 2006 C.N.M.I., si può notare come la situazione economico finanziaria della Camera sia nettamente migliorata e il 2006 chiude con un avanzo di gestione, al netto del risultato d'esercizio della partecipata Camera Moda S.r.l., di Euro 765.897,00 rispetto ad un avanzo del 2005 di Euro 522.007,00.

Il miglioramento dei risultati positivi correlato all'incremento del contributo della Camera di Commercio Industria e Artigianato di Milano rispetto al 2005 e all'ottimizzazione della gestione finanziaria della liquidità.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Per quanto riguarda la partecipata Camera Moda S.r.l., il risultato al 31/12/2006 è stato positivo e pari ad Euro 10.836,00 rispetto ad un risultato negativo del precedente esercizio di Euro 499.122,00. Tale risultato è stato determinato dall'incremento dei ricavi da sponsorizzazioni di circa Euro 900.000,00. Sottolineo l'importanza delle sponsorizzazioni per chiudere positivamente il bilancio di Camera Moda S.r.l.

Queste sponsorizzazioni sono lo specchio della percezione e dell'immagine che la Camera ha verso l'esterno, che è decisamente positiva, piena di energia e di vigore. Essere al fianco della Camera paga, e quindi gli sponsor investono sulla Camera.

Passando al budget 2007 di C.N.M.I., il risultato preventivato è stimato in un avanzo di gestione di circa Euro 195.000,00 al netto della perdita della partecipata Camera Moda S.r.l. stimato in circa Euro 218.000,00. L'avanzo di gestione più contenuto rispetto al 2006 è correlato ad un decremento delle entrate ed ad un incremento dei costi.

Ricordo che continuano i rapporti con gli sponsor da tempo vicini a C.N.M.I.: Canon, Procter & Gamble, Radio Montecarlo, Class Editori e Regione Sicilia. Inoltre proseguono le partnership con Polo della Qualità di Napoli e Fiera Milano International.



Camera Nazionale della Moda Italiana

ATTIVITA' SVOLTE E SERVIZI PRESTATI

Data la grande quantità delle attività svolte, mi limiterò ad una sintetica elencazione dei “titoli” rimandando al documento “ATTIVITÀ SVOLTE ANNO 2006–INIZIO 2007”, incluso in cartellina, per una più puntuale e dettagliata illustrazione dei vari temi.

Le aree di attività si possono così indicare:

- Milano Moda Uomo ed eventi collaterali
- Milano Moda Donna ed eventi collaterali
- Milano Moda Showroom
- Iniziative all'estero
- Formazione
- Altre attività: partecipazione a Convegni, Tavoli Istituzionali e di lavoro, ecc.

In Particolare desidero sottolineare l'importante lavoro realizzato dal Fashion Incubator.

FASHION INCUBATOR

Il progetto è ideato e finanziato dal Comune di Milano – Assessore Tiziana Maiolo- e realizzato e progettato da Camera Nazionale della Moda Italiana. Iniziato nel settembre 2005 ha una durata di due anni.



Camera Nazionale della Moda Italiana

L'iniziativa ha l'obiettivo di supportare e promuovere le attività imprenditoriali autonome di giovani talenti italiani, con un percorso di tutoraggio e accompagnamento totale che va dalla progettazione delle collezioni, alla realizzazione, comunicazione e distribuzione.

Su circa 160 richieste di partecipazione, una speciale commissione ha selezionato 10 aziende.

L'Incubatore della Moda, si trova in via Ettore Bugatti 12 e offre gratuitamente alle piccole aziende selezionate spazi attrezzati ad uso ufficio-laboratorio-rappresentanza, segreteria centralizzata. Da settembre del 2006 le piccole aziende stanno lavorando con esperti e consulenti per rafforzare l'identità del brand, scegliere i tessuti, progettare la collezione, realizzare i prototipi e il campionario. Inoltre sono stati organizzati numerosi interventi di docenza relativi all'attività di business. Durante Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna del 2007 sono state presentate le loro collezioni a giornalisti e buyer. L'ultimo ma non meno importante passaggio di questo progetto è il collegamento con il mondo della distribuzione: ogni piccola azienda è stata inserita all'interno di uno show room per favorire la vendita delle collezioni.

CONCORSO NEXT GENERATION

Next Generation è il concorso ideato dalla Commissione Nuovi Stilisti e promosso da Camera Nazionale della Moda Italiana, in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano, finalizzato alla ricerca di nuovi talenti per il futuro del Made in Italy.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Alla sua prima edizione, l'iniziativa ha visto le candidature di più di 150 giovani di talento tra le quali un'apposita Giuria ha selezionato, dopo tre attente fasi di selezione, la rosa dei 5 vincitori. Quattro di questi, tutti sotto i trent'anni, hanno avuto l'opportunità di avere le proprie collezioni realizzate gratuitamente da CNMI e le hanno presentate con una sfilata il 17 febbraio 2007 a Milano Moda Donna.

Camera Nazionale della Moda Italiana, che ha prodotto le collezioni, ha svolto in tutte le fasi del Progetto il ruolo di tutor per i designers ha curato la realizzazione della sfilata nonché tutte le attività di promozione a livello di immagine e comunicazione. Le recensioni stampa sono state più che positive e i giovani talenti sono disponibili per valutare un possibile inserimento nell'ufficio stilistico di importanti Griffe. La quinta classificata presenterà la propria collezione di calzature il prossimo settembre 2007.

REGENERATION FASHION FROM THE WORLD

ReGeneration-Fashion from the World è un'iniziativa promossa da Camera Nazionale della Moda Italiana anche questa realizzata in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano dedicata ai giovani talenti dello stilismo internazionale.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Tale Progetto permette ai designer di calcare le passerelle di Milano Moda Donna, la fashion week più prestigiosa ed importante del mondo, a delle condizioni economiche molto agevolate.

Gli stilisti selezionati per l'edizione di febbraio 2007 sono stati: Varum Bahl e Evrim Timur. CNMI cura l'organizzazione dell'evento-sfilata e coordina anche le attività di ufficio stampa e promozione garantendo all'evento un grande ritorno di immagine.

Tutte queste iniziative si affiancano alle settimane di Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna e costituiscono importanti momenti social e di glamour sia per la stampa italiana e internazionale che per i buyer e gli operatori di settore presenti in quei giorni nella nostra città.

Desidero qui ricordare e sottolineare un importante atto della vita della nostra Istituzione: la gestione del Calendario di Milano Moda Donna e Milano Moda Uomo all'interno di Camera Nazionale della Moda Italiana. Tale coordinamento ha consentito e consente un costante rapporto con gli Associati e tutte le Maison presenti in Calendario, e la possibilità di operare direttamente sull'organizzazione della sede di Milano Moda Donna, oggi nel nuovo Centro Sfilate di via Gattamelata 5.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Tale gestione diretta consente di meglio definire i contratti con gli sponsor, di mantenere gli impegni assunti con gli stessi, di controllare il posizionamento degli spazi, di incrementare l'offerta di servizi e consulenze, di accogliere richieste di allestimento di spazi di aziende extra settore, che vedono in Milano Moda Donna la sede ideale per presentare i propri progetti e raggiungere un pubblico di loro interesse.

Tutto ciò ha generato un incremento dei valori economici da parte degli sponsor nonché la creazione di sinergie e supporti anche alle aziende che sfilano.

Proseguono quindi costanti le relazioni con gli sponsor esistenti così come l'attenzione nella ricerca di nuovi importanti interlocutori, che rafforzino la posizione e la dotazione di risorse di C.N.M.I a sostegno dello sviluppo del settore moda.

Insieme con uno dei nostri partner, Class Editori, abbiamo creato un appuntamento annuale, "Fashion Global Summit" che, attraverso la partecipazione di operatori qualificati e di fama internazionale, costituisce un momento di confronto e scambio di opinioni sull'andamento del settore.

Infine segnalo che la Struttura della Camera, da fine 2003, comprende una segreteria organizzativa dedicata a 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 un Ufficio Stampa istituzionale e di manifestazione.



Camera Nazionale della Moda Italiana

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

Associazione C.N.M.I: 3 impiegati

Camera Moda S.r.l : 7 impiegati

A cui si aggiungono 2 stagisti.

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

Chi di Voi ha dimestichezza con altre Associazioni o strutture organizzative di manifestazioni, o semplicemente con realtà aziendali, può trarre le sue conclusioni.

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



Camera Nazionale della Moda Italiana

ADESIONE NUOVI SOCI

Anche quest'anno, abbiamo avuto molte nuove adesioni e siamo orgogliosi di citarVi i nuovi Soci in ordine di data di ammissione a partire dal mese di aprile 2006 ad oggi:

CIOLINI 1987, LITRICO ALTAMODA S.A.S., LARUSMIANI S.P.A, DE WAN MILANO S.A.S, SOPASA S.P.A. (SONIA FORTUNA), MO&MA S.R.L (AGATA RUIZ DE LA PRADA), KRIZIA S.P.A., MORESCHI S.P.A, MALLONI SRL, STEFANO SERAPIAN S.R.L., HYBRYNS S.R.L., CENTRO BEL FURS DIFFUSIONE PELLICCE S.R.L, CRIMSON S.R.L., THE FASHION MODEL MANAGEMENT SPA

Purtroppo ci sono state anche delle dimissioni,
LANCETTI, RUFFO, GIAN MARCO VENTURI, ALCANTARA, DE SANTIS DALI, FRANCO CIAMBELLA, CASA DAMIANI, BELFE S.P.A, INTERNATIONAL BEATRICE MODELS S.R.L., FLORANNA, WHY NOT, CUT S.R.L. (PETER LANGNER)

dunque il bilancio di quest'anno è il seguente:

N° Soci ad aprile 2006: 193

N° Soci dimessi: 12

N° Soci nuovi ammessi: 14

N° Attuale dei Soci : 195



Camera Nazionale della Moda Italiana

4. **IL FUTURO**

Prevedere il futuro è molto difficile, ma uno sforzo va fatto; è un dovere, un atto di responsabilità al quale non ci si può sottrarre.

Io affido questo compito a due documenti che potrete leggere, consultare con calma e diffondere nelle vostre Aziende ai vostri Collaboratori.

Li troverete allegati alla relazione.

Il primo ha per titolo “Il bello ben fatto” (il Tessile, Abbigliamento, Moda Italiana. Ieri oggi e il futuro). Alcune parti di questo testo sono già note, ma è stato completato e tiene conto dei recenti cambiamenti delle situazioni e dei mercati. Rappresenta la visione della Camera Nazionale della Moda Italiana sul settore e sulle sue prospettive.

Il secondo documento ha per titolo “Il futuro della Moda Italiana. L’evoluzione dei modelli operativi” e si tratta del progetto realizzato con Booz Allen Hamilton, cofinanziato dalla CNMI, da Centrobanca e da 4 Aziende Associate (IT holding, Mariella Burani Fashion Group, John Richmond e Roberto Cavalli).

Lo studio, partendo dalla considerazione dei rapidi cambiamenti del mercato che provocano mutamenti nel settore tessile-abbigliamento italiano, intende fornire ai nostri Soci un contributo strategico a mantenere una sempre eccellente offerta di PAP alto, utilizzando gli aspetti positivi che vengono da sistemi organizzativi – logistici di grande efficacia come quelli adottati dalle Grandi Superfici Specializzate.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Intende inoltre proporre un modello italiano in grado di valorizzare i nostri cromosomi culturali, creativi, di grande qualità estetica e funzionale, utilizzando tutti gli strumenti innovativi in termini di organizzazione logistica e distribuzione. Un contributo per posizionare in una fascia di prezzo intermedia fra le prime linee di eccellenza e quelle della GSS quel prodotto che noi definiamo “il bello ben fatto”. E questo grazie all’utilizzo di quell’eccellente risorsa rappresentata dalla filiera a monte, che è il TESSILE ITALIANO.

Mi sento di affermare con forza che il nostro Sistema è giunto fin qui, a questi risultati, grazie all’eccellenza della sua offerta Paese.

Quando si parla di eccellenza delle nostre produzioni, ci si riferisce a tutti gli aspetti di un prodotto: eccellenza nello stile, nell’estetica, nell’eleganza, nella raffinatezza, infine nella qualità intrinseca che vuol dire eccellenza dei materiali. L’eccellenza dell’intera filiera dal tessile ai filati, ai tessuti fino ai prodotti finiti: abiti e accessori.

Il tessile, pur provato da una delle più gravi crisi per profondità e durata, da oltre un quinquennio, sta svolgendo tuttavia un ruolo essenziale per il mantenimento ed il successo delle produzioni di più alto livello, per gli stilisti e le Aziende di Moda.

Il tessile rincuorato da un anno, il 2006, di ripresa, che fortunatamente pare continuare nel presente esercizio, ha ricominciato a reinvestire, a sviluppare ulteriormente quella creatività e quella innovazione che rappresenta il vero motore della moda.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Una risorsa che va tutelata e valorizzata nell'interesse generale evitando, in una visione "di breve periodo" di massimizzazione del profitto, con approvvigionamenti da paesi extra-UE (a bassi salari e spesso bassa qualità).

Concludo dicendo che un settore eccellente deve essere eccellente in ogni suo atto e ritengo che la nostra Associazione tale sia.

La CNMI di strada ne ha fatta tanta. Lo dico con legittimo orgoglio perché il risultato è frutto di un impegno generale e corale a tutti i livelli: dei Vice-Presidenti, dei Consiglieri, della Struttura.

Tutto è frutto di una piena, vera, completa collaborazione con i Colleghi, fra i Colleghi e con la Struttura.

Quello dell'armonia è un bene grande e solo quando questo viene a mancare ci si accorge delle conseguenze negative per l'Istituzione.

Desidero quindi ora esprimere il mio apprezzamento e rivolgere un sincero ringraziamento ai Colleghi del Comitato di Presidenza e del Consiglio Direttivo per il loro generoso, intelligente impegno e per i loro sacrifici.

Un particolare ricordo e ringraziamento al nostro Presidente Onorario, Beppe Modenese, che ci è stato vicino con la sua grande esperienza.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Addito a tutti i Soci le qualità etiche e morali di tutti gli Amministratori: la grande lealtà dimostrata nei confronti del Presidente , del Direttore, della struttura della Camera. Mai abbiamo dovuto lamentare pressioni anomale sul personale. Mai indiscrezioni o fughe di notizie sui lavori del Comitato e del Consiglio, che invece avevano caratterizzato altri momenti della vita dell'Associazione.

Per tutto ciò mi permetto di chiedere all'Assemblea un riconoscimento alla loro grande fatica con un grande applauso.

Vi ringrazio per l'attenzione.

(Cav. Lav. Mario Boselli)