



Camera Nazionale della Moda Italiana

# **Assemblea Annuale Ordinaria**

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

**Milano, 3 aprile 2008**



**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**

**I CAMBIAMENTI IN ATTO NEL MERCATO**



Camera Nazionale della Moda Italiana

*Gentili Signore e Signori, Cari Associati e Colleghi imprenditori,*

questa Assemblea Ordinaria si svolge in una giornata densa di iniziative: abbiamo da poco terminato i lavori di presentazione e discussione dell'importante ricerca del Censis cofinanziata con Centrobanca e dopo questa nostra riunione assembleare si riunirà il Consiglio Direttivo per esaminare le possibili modifiche ed evoluzioni dei Calendari, in particolare quelle più problematiche di Milano Moda Donna.

## **1. LA SITUAZIONE DEL SETTORE**

Abbiamo affermato in più occasioni come 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

Nel 2007 il settore è andato bene in modo generalizzato, sia per la componente tessile a monte che per quella dei prodotti finiti a valle e ciò in particolare fino ad oltre metà anno. Si è poi registrato, a partire dal settore tessile, un rallentamento nell'ultimo trimestre dell'anno in funzione dei nuovi listini emessi con delle parità dei cambi (Euro/\$ - Euro/yen) penalizzanti per le nostre esportazioni.

La debolezza del Dollaro ha inoltre consentito alle esportazioni da quei Paesi fornitori di prodotti del tessile e dell'abbigliamento a basso costo, Cina in primis, di competere ancor più pesantemente con gli anelli più deboli della nostra filiera.

I dati del nostro strumento di esame della congiuntura, Fashion Economic Trends, per l'anno 2007 rappresentano quindi una situazione "mediata" fra la prima parte dell'anno e l'ultimo trimestre.

	2005	2006	2007	2008 (previsioni)
Fatturato totale delle imprese (mln €)	63.754	67.580	69.269	69.962
<i>Variazione %</i>	-3.5%	+6.0%	+2.5%	+1.0%
Export (mln €) *	38.856	40.655	41.427	42.205
<i>Variazione %</i>	-0.5%	+4.6%	+1.9%	+1.9%
Import (mln €)	21.848	24.649	25.142	25.896
<i>Variazione %</i>	+6.2%	+12.8%	+2.0%	+3.0%
Saldo con l'estero (mln €) *	17.008	16.006	16.285	16.308
Produzione realizzata in Italia (var. %)	-7.5%	+0.9%	+2.9	
Quota dell'Italia su export mondiale (**)	6.9%			
Occupazione	841.000	796.000	786.000	
Numero di imprese attive	99.900	97.400		



Camera Nazionale della Moda Italiana

Guardando al futuro penso sia onesto dire che stiamo vivendo una fase di grande incertezza dovuta agli ultimi accadimenti sul fronte valutario, caratterizzati da un ulteriore rafforzamento dell'Euro ed al negativo andamento delle borse.

Ora, anche se i “fondamentali” del settore, i suoi punti di forza, restano tali, non si può negare che stiamo vivendo e vivremo, quanto meno nel breve termine, una situazione del tutto inusitata nella storia del nostro settore con conseguenze non facilmente prevedibili.

Una cosa va comunque sottolineata per quanto riguarda la strategia di CNMI a servizio del settore: in considerazione del fatto che i nostri due grandi mercati di sbocco, USA e Giappone, sono in crisi e ciò non solo per ragioni valutarie e che il mercato europeo non brilla per i consumi, basti pensare alla Germania. Ci sembra assolutamente doveroso sviluppare celermente la nostra presenza su nuovi mercati emergenti, quelli dei nuovi consumatori, soprattutto extracomunitari.

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

Un anno fa avevamo ripercorso gli accadimenti del triennio precedente; anche nel 2007 il nostro lavoro è continuato rispettando gli impegni assunti e consolidando le alleanze stipulate. Prima fra tutte quella con la consorella Fédération Française de la Couture et du prêt-à-porter.



## Camera Nazionale della Moda Italiana

Vanno ora segnalate novità positive nelle collaborazioni con le realtà locali:

- con il Comune di Milano che, dopo il successo della prima edizione dell'Incubatore della Moda (supporto allo start-up di giovani aziende moda), ha deliberato di finanziare la seconda edizione dell'Incubatore della Moda ed un progetto di ricerca "Indagini ed Analisi sui temi prioritari del settore Moda" che sarà propedeutico alla realizzazione del "The Fashion Institute of Milan" che avrà sede nel nuovo edificio dedicato alla Moda in costruzione in zona Garibaldi (ex Progetto Città della Moda). Le due iniziative sono state presentate con il Sindaco Letizia Moratti, durante la conferenza stampa del 28 settembre 2007 a Palazzo Marino;
- con la Regione Lombardia che, anche in funzione della nostra denuncia di scarsa attenzione al settore (gennaio 2007 in occasione della conferenza stampa di Milano Moda Uomo) si è attivata con la costituzione del Comitato Lombardia per la Moda, presieduto dal Dott. Giovanni Bozzetti. 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.



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. 1-2-3-5-6, in particolare vengono consegnati i seguenti documenti:

- **BILANCIO 2007**
- **BUDGET 2008**

Prendendo in esame il Bilancio 2007 C.N.M.I., si può notare come il risultato gestionale si sia ridotto rispetto all'anno passato, infatti il 2007 chiude con un avanzo di gestione, al netto del risultato d'esercizio della partecipata Camera Moda S.r.l., di Euro 215.295,00 rispetto ad un avanzo del 2006 di Euro 765.897,00.

Si segnala che per il 2007, che vi è stato un miglioramento del valore della produzione passato da Euro 2.477.466,00 del 2006 ad Euro 3.096.755,00. L'incremento è correlato principalmente a:

- un aumento del contributo della Camera di Commercio Industria e Artigianato di Milano;
- contributi della Provincia di Milano e di Enti Privati (per collaborazioni);



## Camera Nazionale della Moda Italiana

- contributo del Comune di Milano per il Progetto Incubatore;
- un' intensa attività di recupero quote sociali relative agli anni pregressi;
- aumento in termini di valore assoluto delle quote sociali

L'ottimizzazione della gestione finanziaria della liquidità ha comportato un risultato positivo per il 2007 pari ad Euro 79.354,00 rispetto ad Euro 41.569,00 del 2006.

A fronte di questo incremento delle entrate, vi è stato un maggior impiego di risorse legato allo sviluppo delle iniziative correlate al contributo della Camera di Commercio Industria e Artigianato di Milano, ed alle iniziative legate a MILANO MODA UOMO, MILANO MODA DONNA. Inoltre vi è stato l'assorbimento dei costi delle due edizioni di MILANO MODA SHOW ROOM.

Per quanto riguarda la partecipata Camera Moda S.r.l., il risultato al 31/12/2007 è stato positivo e pari ad Euro 5.170,00 rispetto ad un risultato sempre positivo del precedente esercizio di Euro 10.836,00. Anche nel 2007 vi è stato un incremento dei ricavi da sponsorizzazioni, indispensabili per chiudere positivamente il bilancio di Camera Moda S.r.l.

Passando al budget 2008 di C.N.M.I., il risultato preventivato è stimato in un avanzo di gestione di circa Euro 56.500,00 comprensivo dell' utile della partecipata Camera Moda S.r.l. stimato in circa Euro 17.000,00.

Ricordo che proseguono i rapporti con gli sponsor ufficiali da tempo vicini a C.N.M.I.: Canon, Procter & Gamble, Class Editori, Radio Montecarlo e Regione Siciliana; sono stati sottoscritti nuovi contratti con i seguenti sponsor: American Express, Lectra e DHL. Inoltre per quanto concerne le partnership si



Camera Nazionale della Moda Italiana

sono conclusi alla scadenza naturale i contratti con il Polo della Qualità di Napoli e con Fiera Milano International per la Manifestazione More.

Il budget 2008 non include i costi correlati a Milano Pre-Collezioni, approvati nell'ultimo Consiglio Direttivo del 13 marzo. Il Consiglio Direttivo ritiene di poter coprire questo ulteriore impegno della struttura con gli introiti dei nuovi sponsor. Pertanto siamo fiduciosi di poter confermare l'avanzo di gestione su indicato.



Camera Nazionale della Moda Italiana

## **ATTIVITÀ SVOLTE E SERVIZI PRESTATI**

### **FASHION INCUBATOR**

Il progetto di sostegno e sviluppo alle dieci giovani aziende selezionate è proseguito con momenti importanti di grande visibilità: dalla presentazione della seconda collezione Uomo di Archivio Privato, il 27 giugno 2007 durante Milano Moda Uomo, alla sfilata del 22 settembre 2007, durante Milano Moda Donna, presso il Centro sfilate di via Gattamelata, al Cocktail Party organizzato a “10 Corso Como”, alle presentazioni delle collezioni negli show room, alla sinergia con Lectra. Altre tappe significative sono state le opportunità all'estero offerte alle piccole aziende dell'Incubatore: a giugno 2007 presso la sede dell'Ambasciata in Turchia, a ottobre 2007 a Los Angeles presso il South Coast Plaza e a dicembre 2007 a Mumbai in India.

Il Progetto Incubatore della Moda si è chiuso a dicembre 2007, ma il sostegno alle giovani aziende continua sotto forma di agevolazioni per l'inserimento in calendario e per sfilare all'interno delle iniziative riservate ai giovani designer.

### **CONCORSO NEXT GENERATION**

Camera Nazionale della Moda Italiana, in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano e Lectra, ha organizzato la seconda edizione del concorso NEXT GENERATION, finalizzato alla ricerca di nuovi talenti per il futuro del Made in Italy. Per questa seconda edizione, la Giuria di Next Generation dopo aver valutato oltre 120 candidature di giovani di talento, ha



## Camera Nazionale della Moda Italiana

selezionato i 4 vincitori che sono pronti quindi ad essere operativi in importanti aziende del settore.

Camera Nazionale della Moda Italiana ha sostenuto la produzione e realizzazione delle collezioni di questi designers che hanno avuto l'opportunità esclusiva di presentare le loro collezioni sulla passerella di Milano Moda Donna del 23 febbraio 2008. Camera Nazionale della Moda Italiana oltre ad aver curato la realizzazione della sfilata, ha coordinato tutte le attività di promozione a livello di immagine e comunicazione.

### REGENERATION FASHION FROM THE WORLD

A settembre 2007 e febbraio 2008, l'iniziativa Regeneration ha ospitato le giovani griffe dell'Incubatore della Moda e i nuovi talenti selezionati dal concorso Next Generation, confermando e testimoniando il dinamismo di Milano e della Camera della Moda nella promozione e valorizzazione dei giovani, nuova linfa vitale per il settore.

### MILANO MODA DESIGN

In fase di perfezionamento, la nuova manifestazione "MILANO MODA DESIGN", da realizzare in concomitanza con il Salone del Mobile di aprile 2008. Si tratta di un'iniziativa importante con gli eventi dei Protagonisti della Moda che presentano design collection, home-textile collection, eventi speciali legati al Design. Il calendario prevede una comunicazione sui principali quotidiani e magazine nazionali ed esteri. L'obiettivo primario è quello di valorizzare e promuovere le Griffe della Moda che operano nell'ambito del



Camera Nazionale della Moda Italiana

Design e coordinare le loro iniziative in modo più strutturato ed incisivo. L'iniziativa permetterà ai Brand Moda che operano nell'ambito del design di presentarsi con un'immagine più coesa, favorendo maggior visibilità ed impatto nei confronti della stampa, dei compratori e di tutti gli operatori del settore.

Tutte queste iniziative si affiancano alle settimane di Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna e costituiscono importanti momenti progettuali e di comunicazione rivolti sia alla stampa che ai buyer e agli operatori, italiani e internazionali, presenti in quei giorni nella nostra città.

Ora parliamo di Calendario.

Il Calendario di Milano Moda Uomo - gennaio 2008, nonostante fosse stato programmato con una durata di 5 giorni (sabato-mercoledì), si è sviluppato in 4 giorni a scapito del mercoledì. La decisione di avere una manifestazione spalmata su 4 giorni anziché 5 è stata presa da alcuni stilisti che non hanno voluto correre il rischio di rimanere l'ultimo giorno, perchè – a detta loro – stampa e buyer sarebbero partiti prima per Parigi. Il Calendario, quindi, è risultato più intenso, con sfilate fino a tarda sera ma ben organizzato e, soprattutto, senza sovrapposizioni. Inoltre, nonostante i problemi e le incognite con cui è partito il 2008 (primi tra tutti il caro petrolio e l'euro troppo forte sul dollaro) l'intonazione generale per quanto riguarda gli affari e il giudizio finale sulle sfilate milanesi è stato più che favorevole. Milano Moda Donna di febbraio è stata un'edizione segnata soprattutto all'inizio dalle polemiche, spesso gratuite, su un Calendario troppo serrato e sulla scarsa selezione dei marchi partecipanti.



## Camera Nazionale della Moda Italiana

CNMI, nonostante la fatica improba è riuscita a gestire questa situazione non facile, stilando un Calendario più innovativo rispetto a quelli delle edizioni precedenti, innanzitutto con una giornata forte in più - la domenica, secondo giorno - che ha visto sfilare Missoni, Just Cavalli, Emporio Armani e Moschino Cheap&Chic convogliando gli operatori stranieri a Milano con un giorno di anticipo. Oltre a ciò, Milano Moda Donna ha avuto un occhio di riguardo nei confronti dei giovani designer, le cui sfilate si sono concentrate negli ultimi due giorni di manifestazione, durante i quali sono stati inseriti nel Calendario di Milano Moda Donna, 5 giovani stilisti internazionali, selezionati in collaborazione con White Club.

Tirando le somme, i commenti dei buyer e della stampa internazionale sono stati più che favorevoli. Gli addetti ai lavori hanno affermato che Milano è la Moda e la Moda è a Milano.

È certo comunque che andrà fatto uno sforzo per migliorare la situazione del calendario di Milano Moda Donna che, come visto è il più problematico, immaginando soluzioni innovative.

Ciò sarà garantito dall'adozione nel 2009 di un collocamento nell'ambito della settimana, da mercoledì a mercoledì, più favorevole, grazie alla eliminazione di un fine settimana e alla presa di decisioni anche rilevanti sui criteri di accettazione delle aziende che sfilano, temi sui quali il Consiglio Direttivo si sta impegnando fortemente.

Come sapete da settembre 2006 Milano Moda Donna si è trasferita nel Milano Fashion Center, di via Gattamelata: 20 mila mq, 4 sale sfilate fisse da



## Camera Nazionale della Moda Italiana

400 a 1.000 posti, 3 tenso strutture adiacenti che possono accogliere fino a 1.500 persone. Il Centro offre un'ottima accoglienza, servizi esclusivi, ufficio stampa con un'avanzata tecnologia a supporto di giornalisti e fotografi. Il Milano Fashion Center si conferma come luogo di eccellenza per la presentazione delle collezioni (47 sfilate) e di presentazioni statiche. Riceviamo numerosi attestati di apprezzamento e richieste da stampa e compratori affinché il maggior numero di sfilate si rappresentino in questa sede, evitando così i disagi di numerosi trasferimenti e di location esterne, talvolta scomode e poco accoglienti.

Tutto ciò è reso possibile anche grazie ai nostri Sponsor, che nel Milano Fashion Center possono rappresentarsi ed offrire agli ospiti servizi e alta ospitalità. Quest'anno, oltre alle consolidate relazioni con gli Sponsor ufficiali Canon, Class Editori, Procter & Gamble, Radio Monte Carlo e Regione Siciliana, abbiamo iniziato nuove importanti partnership con altri interlocutori, che rafforzano la posizione e la dotazione di risorse di C.N.M.I a sostegno dello sviluppo del settore moda: American Express, DHL, Lectra.

Insieme a Class Editori, abbiamo creato un appuntamento annuale, "Milano 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 agli eventi Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna che svolge attività di coordinamento e stesura dei calendari,



## Camera Nazionale della Moda Italiana

accrediti buyer e stampa, organizzazione logistica e tecnica con il centro congressi e un Ufficio Stampa istituzionale e di manifestazione.

Inoltre, dal 2006 si sono aggiunti due edizioni di Milano Moda Showroom e da quest'anno la sfida di Milano Moda Pre-Collezioni e Milano Moda Design.

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 : 8 impiegati
- A cui si aggiungono 2 stagisti.

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.



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 2007 ad oggi:

GEFIN srl (Cortigiani), TRICOT CHIC srl, BALIZZA FASHION GROUP, GGR srl (Gianvito Rossi), TAMILIANI DESIGN, ITACHOO srl (Jimmy Choo), SARTORIA SANT ANDREWS, VIVIENNE WESTOOD srl, ROYAL TRADE s.a., RODO FIRENZE srl, RPB spa (Rebecca Brown, Della Rovere), NEWPORT srl (JO NO FUI), MAZZI NORDANFUR srl, MATRA srl, MARLY'S Confezioni spa, JIL SANDER ITALIA spa, DORATEX spa (Cristiano Fissore, Avoncelli, Andrea Fenzi, Gioferrari)

**Totale ammessi N. 17**

Purtroppo ci sono state anche delle dimissioni:

ELITE MODEL MANAGEMENT, MA.NI., AVIREX, CIELO VENEZIA 1270, BRUNO MAGLI, VANITEX, LOVE THERAPY (ex GALLERIA Elio Fiorucci), SACMA, PIER, ERREUNO, GRILUX, P.A.G. ITALIA, FORALL CONFEZIONI, MENICETTI STUDIO, MARINA BABINI

dunque il bilancio di quest'anno è il seguente:



Camera Nazionale della Moda Italiana

- N° Soci ad aprile 2007: 190
- N° Soci dimessi: 15
- N° Soci nuovi ammessi: 17
- N° Attuale dei Soci : 192

#### **4. IL FUTURO DEL SETTORE**

#### **I CAMBIAMENTI IN ATTO NEL MERCATO**

Un anno fa avevamo trattato il tema del futuro del nostro sistema moda a tutto campo. Ora vorremmo soffermarci più specificatamente sugli importanti cambiamenti del mercato soprattutto per quanto riguarda:

- La sua crescente complessità
- La velocizzazione dei fenomeni

Partendo dall'analisi accurata di tali evoluzioni la C.N.M.I. ha deciso di lanciare una nuova iniziativa, quella di Milano Moda Pre-Collezioni che sembra, alla luce della favorevolissima adesione da parte dei nostri associati, ben rispondere alle nuove esigenze del mercato.

Per una più puntuale comprensione del progetto rimando all'allegato, io mi limiterò a sottolineare alcune caratteristiche salienti dello stesso.

Quello che vorrei evidenziare con forza è che, con questa iniziativa la C.N.M.I. si è messa nelle migliori condizioni per rispondere a tutte le esigenze



## Camera Nazionale della Moda Italiana

espresse dal mercato per presentare nel miglio modo possibile la ricca e complessa gamma di prodotti del made in Italy.

Siamo infatti l'unica realtà al mondo in grado di presidiare con ben otto appuntamenti all'anno: due Milano Moda Uomo, due Milano Moda Donna, due Milano Moda Show Room ed ora due Milano Moda Pre-Collezioni, l'intero arco annuale. Questo fa di Milano la piazza più forte ed organizzata del sistema moda internazionale.

Se a questo poi si aggiunge l'iniziativa prima illustrata di Milano Moda Design, penso si possa affermare che la C.N.M.I., con il suo Consiglio Direttivo e il suo management sia una squadra capace di prevedere le esigenze del mercato e conseguentemente implementare progetti atti a dare risposte concrete alle crescenti sfide del sistema Paese nell'ambito della filiera tessile moda.

Se ciò è possibile lo si deve alla confermata armonia e unitarietà di intenti del Consiglio Direttivo da voi eletto un anno fa.

Quello dell'armonia è un bene grande e 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 affettuoso ringraziamento al nostro Presidente Onorario, Beppe Modenese, che ci è stato vicino con la sua grande esperienza.

Vi ringrazio per l'attenzione.

(Cav. Lav. Mario Boselli)