

# **Assemblea Annuale Ordinaria**

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

**Milano, 15 aprile 2010**

**1. LA SITUAZIONE DEL SETTORE**

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

- **GLI ACCADIMENTI PIU' SIGNIFICATIVI**

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

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

**4. LE SFIDE FUTURE DELLA C.N.M.I.**

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

con questa Assemblea Ordinaria termina il mandato del Consiglio Direttivo nominato tre anni fa, il 3 aprile 2007, e quindi questa Assemblea è importante perché dovrà nominare il nuovo vertice.

L'Assemblea è un momento rilevante della nostra vita associativa, anzi certamente il più significativo, ed è quindi l'occasione per presentare ai Soci l'attività svolta e per dibattere fra noi le tematiche di maggior interesse.

Quando poi si è, come in questo caso, giunti alla fine del mandato è doveroso un richiamo agli avvenimenti più rilevanti e al lavoro svolto nel triennio ed è ciò che mi appresto a fare.

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

Trattando questo tema il 16 aprile 2009, illustrando la negatività della situazione e fornendo i dati del Fashion Economic Trend che prevedevano un fatturato in calo per il 2009 solo del 6.50% e un saldo attivo della bilancia commerciale di ben circa 14,8 miliardi di euro, dicevo: “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”.

Purtroppo non mi sbagliavo e i dati del 2009 ormai definitivi o quasi definitivi mostrano un calo del fatturato del 15% da 66,5 a 56,5 miliardi di euro, con un saldo attivo di 11,2 miliardi di euro.

	2007	2008	2009 (provvisorio)	2010 (previsioni)
Fatturato (mln €)	69 269	66 498	56 524	60 198
<i>Variazione %</i>	2.5%	-4.0%	-15.0%	6.5%
Export (mln €) *	42 100	40 544	32 888	35 868
<i>Variazione %</i>	1.9%	-3.7%	-18.9%	9.1%
Import (mln €)	25 215	24 609	21 713	23 232
<i>Variazione %</i>	2.0%	-2.4%	-11.8%	7.0%
Saldo con l'estero (mln €) *	16 885	15 935	11 175	12 636
Produzione (var. %)	2.1%	-1.9%		
Occupazione (.000)	786	775		
Numero di imprese (.000)	oltre 80.000			

Va poi detto che il dato medio del calo del 15% di fatturato è come tutte le medie poco rappresentativo del settore nella sua complessità che ha avuto alcune differenze enormi tra il monte della filiera (il tessile) con cali di fatturato nell'ordine del 30% e oltre, ed il valle (il prodotto finito) che ha retto meglio.

Guardando alla situazione attuale e alla probabile evoluzione dell'attività nel 2010, possiamo anche in questo caso riandare alla relazione del 16 aprile 2009 quando, parlando della crisi e della sua evoluzione, dicevo: “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”.

Oggi con poca soddisfazione possiamo dire che avevamo visto giusto ma quello che ci aspettavamo, o che almeno speravamo, era una ripresa con una velocità e una energia maggiore; invece, purtroppo ciò che abbiamo constatato, almeno fino a poco tempo fa, è stato sì una ripresa a U, ma con la asimmetria della II parte della U troppo inclinata.

Ultimamente stiamo constatando segni di una maggiore vivacità del mercato che speriamo si consolidino e non ci deludano come avvenuto dopo la parentesi estivo-autunnale del 2009, ove la temporanea positività era dovuta ad un ripristino delle scorte.

Ho fatto riferimento al mercato perché al di là dei grandi sforzi fatti dalle aziende per adeguare le strutture alle riduzioni dei volumi ed ai cambiamenti del mercato, solo una ripresa generalizzata degli acquisti, soprattutto dei grandi mercati nord del mondo tradizionali clienti del *made in Italy*, potrà allentare la morsa della crisi.

Infatti va annotato come poco o nulla è venuto e verrà dal Governo, nonostante le tante iniziative prese da noi e da altre associazioni consorelle per evidenziare la gravità della crisi e la necessità di interventi significativi.

Il recente decreto legge del Consiglio dei Ministri per la defiscalizzazione dei costi per la realizzazione dei campionari per le collezioni, per un importo complessivo pari a 70 milioni di euro, per quanto positivo, è di portata inadeguata a risolvere i problemi del settore e non coerente con l'importanza del

settore stesso per l'economia del Paese, che andrebbe tutelato e sorretto in una logica di investimento come da noi sostenuto.

Sull'altro fronte, quello delicatissimo del credito bancario alle imprese, ricorderete che è stato uno dei temi caldi dell'assemblea del 16 aprile 2009 e, a seguito di ciò, il Consiglio Direttivo ha deciso di attivarsi immediatamente scrivendo una lettera al Presidente dell'ABI Avv. Corrado Faissola (poi anche incontrato personalmente) per ottenere una moratoria dei crediti per le imprese del settore, più esattamente: "il mantenimento dei fidi in essere al 31.12.2008 per 18-24 mesi alle Aziende Associate alla C.N.M.I.".

Qualche mese dopo, la forte azione del Ministro dell'Economia e Finanze On. Giulio Tremonti ha ottenuto ai primi di agosto 2009 uno "*Stand Still*" di un anno per le piccole e medie imprese. Questo provvedimento, certamente positivo nei rapporti imprese/banche, ha e avrà un momento molto delicato e importante di verifica proprio in questo periodo, allorquando le aziende presenteranno i bilanci, purtroppo più o meno pesantemente negativi (salvo rare eccezioni), e costringeranno le banche volenti o nolenti a non agire secondo i criteri ed i parametri di valutazione tradizionali, ma guardando avanti, ad esempio mediando fra la situazione 2009 e proiezioni al 2010 e agli anni successivi nei quali i risultati economici saranno presumibilmente migliori.

Un diverso atteggiamento causerebbe danni alla continuità della vita di molte aziende e pesanti conseguenze ai conti economici delle banche stesse per le massicce rettifiche di crediti inesigibili che dovrebbero spendere.

Si spera quindi che prevalga il buon senso e la consapevolezza dell'importanza della posta in gioco, quindi, il senso di responsabilità di tutti. Analogo senso di responsabilità ed equilibrio dovrebbe essere dimostrato dalle compagnie di assicurazione-crediti, altro punto dolente della situazione, che vedono troppo negativamente le prospettive del settore.

Posso solo assicurare che in tutte le sedi, sia quelle istituzionali che non, la CNMI si è sempre attivata senza risparmiarsi per difendere i legittimi interessi del nostro mondo e l'integrità della sua filiera.

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

### • **GLI ACCADIMENTI PIU' SIGNIFICATIVI**

Mi pare opportuno sinteticamente ricordare in ordine cronologico i principali fatti e accadimenti dei quali abbiamo riferito nelle Assemblee dell'aprile 2007, 2008 e quelli relativi allo scorso esercizio, il 2009, che ricadono sotto le responsabilità del Consiglio Direttivo che cessa con la presente Assemblea.

#### 24/01/2007 **Incontro con le tre Fashion Week**

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. 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.

In tale occasione si è parlato anche di altri temi fra i quali quello della lotta all'anoressia. Ricordiamo a tal proposito che il 18 dicembre 2006 a Milano è stato presentato il *Codice Etico* contro l'anoressia elaborato su impulso del Sindaco Moratti, dagli Assessori alle Attività Produttive Tiziana Maiolo e alla Salute Carla De Albertis, in collaborazione con Camera Nazionale della Moda e ASSEM.

A livello governativo, il 22 dicembre 2006 a Roma è stato firmato da Camera Nazionale della Moda Italiana e da AltaRoma il *Manifesto Nazionale di autoregolamentazione della Moda italiana contro l'anoressia* elaborato su proposta del Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive Giovanna Melandri .

13/03/2007 **Il Futuro della Moda Italiana. L'Innovazione dei modelli operativi**

Ricerca elaborata da Booz Allen Hamilton in collaborazione con Camera Nazionale della Moda Italiana e Centrobanca. Lo studio aveva l'obiettivo di identificare le leve e i fattori critici di successo per garantire competitività al Sistema Moda Italiano in un momento in cui il nostro settore tessile-abbigliamento era sotto pressione per alcuni fattori di evoluzione del mercato, quali la riduzione della spesa in abbigliamento, l'affermarsi di nuovi modelli operativi

(Zara/H&M) e l'avanzata delle produzioni in Paesi a basso costo della manodopera.

03/04/2007 **Codice Etico di CNMI**

Durante l'Assemblea dei Soci del 3 aprile 2007 è stato approvato il Codice Etico di Camera Nazionale della moda Italiana

03/04/2008 **Crescere con l'Italian Style – Modelli, strategie e trasformazioni delle imprese italiane del tessile e della moda**

Camera Nazionale della Moda Italiana ha elaborato uno studio, in collaborazione con Censis e Centrobanca, con la prefazione del Professor Giuseppe De Rita, che ha analizzato i cambiamenti intervenuti dopo il periodo di crisi tra il 2000 e il 2005, evidenziando i fenomeni di ripresa e di crescita e la capacità delle aziende del sistema italiano della Moda (tessile-abbigliamento-maglieria) del segmento fashion, con alto contenuto creativo, di reinventarsi, adattandosi ai cambiamenti del mercato, di fare sistema e di interagire con tutti gli attori del settore.

16/09/2008 **Incontro con le tre Fashion Week**

A Londra si è svolto l'incontro tra le tre Fashion week. La CNMI ha tenuto ferma la propria posizione. In tale sede è stato deciso: un anticipo di un giorno dal settembre 2009 della fashion week di New York così da lasciare un giorno di sollievo a Londra, che da quattro giorni diventata di cinque, con inizio di venerdì e termine di

martedì; la conferma della durata di 8 giorni, da mercoledì a mercoledì di Milano Moda Donna.

da gennaio 2008 **Progetto Solofra Leather Fashion Award- Solofra Leather al**  
12/10/2008 **Expressions**

Il progetto Solofra Leather Fashion Award- Solofra Leather Expressions- è stato ideato e realizzato dalla Camera Nazionale della Moda Italiana e finanziato dalla Camera di Commercio di Avellino. Obiettivo dell'iniziativa è stato quello di promuovere e valorizzare la produzione conciaria del Distretto di Solofra attraverso il talento di giovani designers emergenti internazionali,. Camera Nazionale della Moda Italiana ha promosso l'iniziativa con un bando di concorso e una commissione ha selezionato 6 designer internazionali che sono stati abbinati ad un'azienda di Solofra con la quale hanno lavorato a stretto contatto per la realizzazione di capi ed accessori moda esclusivi e innovativi. Le mini-collezioni 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. Il 10-11-12 ottobre 2008 le stesse collezioni sono state presentate ed esposte nello storico chiostro di Santa Chiara a Solofra con prestigiosi rappresentanti della Moda come Giovanna Gentile Ferragamo, Saverio Moschillo, Maria Luisa Trussardi, e una delegazione di giornalisti e buyer. La giornata è proseguita con la visita alle aziende del distretto di Solofra. Si è trattato di un momento molto importante per il Distretto di Solofra, che grazie a

questi prestigiosi testimonial ha ricevuto un fondamentale attestato di qualità e professionalità del prodotto.

03/03/2009 **Accordo con la Asociacion de Creadores de Moda de Espana**

Camera Nazionale della Moda Italiana ha sottoscritto un accordo con la Asociacion de Creadores de Moda de Espana al fine di confrontare le rispettive realtà e raggiungere una visione comune sul futuro dei rispettivi sistemi tessile-abbigliamento moda. L'accordo mira oltre che ad un coordinamento in materia di calendari delle manifestazioni moda, nel contesto degli accordi internazionali stabiliti, a sostenere in sede comunitaria l'adozione delle norme sulla obbligatorietà del marchio di origine per tutte le provenienze extra CEE (opzione 2 CEE); ad una sinergia per la difesa della proprietà intellettuale ed industriale in materia di lotta alla contraffazione; ad un coordinamento delle azioni per contrastare le diffusioni di modelli estetici in grado di condizionare negativamente persone a rischio anoressia.

Riteniamo che le intese realizzate abbiano rafforzato il ruolo della Camera soprattutto come riferimento imprescindibile a livello internazionale per varie tematiche, prima fra tutte quella della definizione dei calendari annuali delle Fashion Week del mondo. Non a caso, gli organizzatori delle varie realtà moda di tutti i Paesi si rivolgono a noi per questa specifica tematica.

11/06/2009 **Accordo di settore con il Ministero dello Sviluppo Economico e l'ICE**

Camera Nazionale della Moda Italiana ha riconfermato la collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e l'Istituto Nazionale del Commercio Estero nata con la sottoscrizione dell'accordo di settore a Milano il 21 febbraio 2003 con l'allora Vice Ministro delle Attività Produttive On. Adolfo Urso. L'Accordo di settore è volto a sostenere iniziative di promozione della moda italiana all'estero e a supportare la campagna di comunicazione dei nostri eventi su testate estere.

09/07/2009 **Certificazione Sistema Qualità-rinnovo**

Camera Moda Srl e Camera Nazionale della Moda Italiana hanno rinnovato la Certificazione per il Sistema Qualità a norma UNI EN ISO 9001:2008. Ricordiamo che la nostra Associazione è un Ente certificato a norma UNI EN ISO dall'11 luglio 2003.

15/09/2009 **Commissione Tutela della Proprietà Industriale e nella Lotta alla Contraffazione**

Nell'ambito dell'impegno da sempre profuso a tutela della Proprietà industriale e nella lotta alla contraffazione si segnala un'iniziativa importante: nel luglio 2009 è stato costituito all'interno della CNMI un Tavolo di lavoro di tipo tecnico che vede la presenza attiva dei legali delle Aziende del Consiglio Direttivo e di altre importanti Maison colpite dal fenomeno. La Commissione di lavoro è presieduta dalla Signora Giovanna Gentile Ferragamo, in qualità

Presidente della Commissione di lotta alla contraffazione istituita dalla CNMI nel 2004, di cui fanno parte anche l'Avv. Cristiana Cavalli e il Signor Saverio Moschillo. L'obiettivo è di creare un Tavolo di confronto che consenta di analizzare le principali problematiche sul tema della difesa della proprietà intellettuale e della lotta alla contraffazione che interessano le aziende della moda, favorendo uno scambio di informazioni tra le Maison stesse, così da individuare conseguenti strategie di azione e di difesa di cui la Camera nazionale della Moda italiana sarà promotrice nei confronti delle Istituzioni. L'adesione all'iniziativa da parte delle Maison è stata alta. La prima riunione del Tavolo si è svolta il 15/09/2009.

15/10/2009 **Accordo con Global Blue**

Camera Nazionale della Moda Italiana ha stretto una collaborazione con Global Refund. Dal mese di marzo 2010 Global Blue, leader mondiale del mercato del Tax Free shopping per il rimborso dell'IVA, ha infatti cambiato nome in Global Blue per riflettere al meglio la nuova direzione strategica dell'azienda. Global Blue infatti tramite la registrazione dei flussi turistici dei visitatori extra EU, che acquistano nel nostro paese, elabora dei dati che sono in grado di spiegare e monitorare dinamiche commerciali nazionali ed internazionali.

Grazie a questa importante sinergia Camera Nazionale della Moda Italiana sarà in grado di trasmettere mensilmente ai propri Associati un report con le statistiche sul mercato Tax Free Shopping (*Luxury*

*Business Overview*), importante strumento di lavoro per le strategie delle aziende della moda.

novembre 2008

### **Progetto TA-CAMP**

29/01/2010

Camera Nazionale della Moda Italiana a fronte di un accordo quadro con la Regione Campania, finanziato dal Ministero della Ricerca per € 5 milioni complessivi, ha realizzato la fase dell'innovazione del prodotto nell'ambito del progetto TA-CAMP con un contributo di euro € 499.000. Si tratta di uno "Studio, ricerca ed elaborazione di strumenti a sostegno dei percorsi di internazionalizzazione delle imprese del settore tessile/abbigliamento operanti in Campania". L'ente capofila del progetto è il CUEIM, Consorzio Universitario di Economia industriale e Manageriale.

Alla Camera della Moda è stata affidata la fase di ricerca per l'individuazione di innovativi percorsi di sviluppo delle imprese del settore attraverso nuovi prodotti che consentano l'acquisizione di posizioni di vantaggio competitivo nell'ambito del mercato nazionale ed internazionale.

Camera della Moda ha coordinato le prestigiose aziende coinvolte per la realizzazione di capi e accessori sperimentali: BARBA - CESARE ATTOLINI - E. MARINELLA - ISAIA - KITON - LUIGI BORRELLI - .IT - TRAMONTANO - RUBINACCI. Sulla base delle soluzioni applicative elaborate, ogni azienda ha ideato e realizzato dei prodotti-prototipi moda innovativi e sperimentali.

Il progetto ha dato vita alla pubblicazione del libro *Highware* che è il risultato e la testimonianza della parte del progetto TA CAMP affidata

a Camera della Moda e che contiene tutta l'attività di ricerca e di innovazione e si è concluso con un convegno a Napoli sul tema degli scenari futuri per la moda campana in collaborazione con l'Unione Industriali di Napoli. All'evento erano presenti i Consiglieri Giovanna Gentile Ferragamo, Maria Luisa Trussardi, il Presidente Onorario Beppe Modenese, il Direttore Giulia Pirovano e Paola Arosio.

### **Rapporti con il Governo e i Ministri:**

- il 20 luglio 2009 è stata scritta una lettera al Premier Berlusconi, a seguito di un incontro, e al Ministro Scajola nella quale veniva sottolineata la sofferenza grave del settore, soprattutto delle medie piccole aziende, e chieste operazioni straordinarie di durata limitata, anche di un anno, oltre alla riduzione del costo lavoro, dell'energia e alla sospensione dell'IRAP;
- il 31 agosto 2009 con una lettera al Ministro Tremonti, si sollecita l'adozione di una sorta di "Piano Marshall" per il settore, rimettendo alla sua competenza l'individuazione in concreto dei provvedimenti necessari per fronteggiare la crisi;
- il 22 dicembre 2009 scrivevamo al Premier Berlusconi e ai Ministri Scajola e Tremonti per rilevare l'assenza di provvedimenti per il settore e chiedere interventi immediati e significativi a favore delle imprese, con l'obiettivo di salvaguardare le aziende della filiera, unica soluzione per garantire anche la tenuta dell'occupazione.

### Veniamo ora ai Rapporti con le Realtà Locali

- con il **Comune di Milano** è sempre molto forte la collaborazione e la sinergia che di anno in anno si è arricchita di iniziative. 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.

In particolare il Comune di Milano supporta in modo concreto le diverse iniziative proposte:

- **Incubatore della Moda.** 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*", propedeutico alla realizzazione del "The Fashion Institute of Milan", la cui sede era prevista nel nuovo edificio dedicato alla Moda in costruzione in zona Garibaldi (ex Progetto Città della Moda), ma di questo farò una specifica in seguito.

La seconda edizione ha visto la creazione e lo sviluppo di 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 avviata a gennaio/febbraio 2009 incrementando il contributo economico. L'edizione si è conclusa a

febbraio 2010 e siamo in attesa di un nuovo finanziamento della quarta edizione prevista per il 2010.

L'Incubatore della Moda, infatti, continua ad ottenere un riscontro positivo che va oltre le migliori aspettative e 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.

- Riguardo al **The Fashion Institute of Milan** ricordo che l'intero progetto, che oggi ha assunto dimensioni maggiori si chiama "Porta Nuova", 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. Il progetto di ricerca si è rivelato strategico e importante soprattutto per il futuro Fashion Institute of Milan, la cui gestione doveva essere affidata dal Comune di Milano a CNMI. A questo proposito CNMI ha un documento progettuale ed articolato – sul quale ha lavorato per oltre un anno – che contiene 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 - tipologia di società/ente gestore e ipotesi di azionariato e Soci.

Il Comune di Milano, dopo aver annunciato nelle conferenze stampa del 15 luglio 2008 e dell'11 settembre 2008 a Palazzo Marino che la

gestione del Fashion Institute sarebbe stata affidata a CNMI, nei successivi incontri tra la fine del 2009 e l'inizio del 2010 (l'ultimo incontro è avvenuto in data 27 gennaio 2010) ha messo tutto quanto in *stand by* giustificando il fatto con la mancanza di risorse economiche. L'impressione è però che, a parte questo fatto, forse anche superabile, vi sia un raffreddamento verso il progetto dovuto alle pressioni dei nemici e dei detrattori della CNMI.

- 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. Tra le iniziative previste: aperture straordinarie e prolungate dei musei, delle boutique, dei ristoranti; eventi culturali e musicali, film in lingua straniera, punti di informazione 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.

- Stretta è altresì la collaborazione con l'Assessore alla Cultura Massimiliano Finazzer Flory per l'organizzazione di iniziative culturali di ampio respiro ed interesse volte a rendere più interessante e piacevole la permanenza a Milano di operatori e buyer, nazionali ed internazionali, in particolare nei momenti moda delle nostre main collection (MMD e MMU). Il 1 marzo scorso è stato inaugurato **Palazzo Morando "Costume Moda e Immagine"**, luogo dedicato

allo studio del costume, della moda e dell'immagine che al primo piano ospiterà una collezione di abiti antichi del Comune.

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

Continua il positivo rapporto con la Camera di Commercio di Milano che sostiene Milano Moda Donna ed in particolare due importanti iniziative della C.N.M.I. dedicate ai giovani designers: *Next Generation* e *N-U-DE*.

- **Concorso Next Generation**, giunto quest'anno alla Sua quarta edizione, è un'iniziativa, completamente gratuita, rivolta ai giovani stilisti sotto i 30 anni italiani e stranieri. 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 € 300.000 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.
- **Progetto "N-U-DE – New Upcoming Designers"** è giunto alla sua settima edizione e prevede la realizzazione di una sfilata collettiva durante Milano Moda Donna, alla quale partecipano 3-5 designer che hanno l'opportunità di presentare le proprie collezioni, ad un costo simbolico, alla presenza di stampa e buyer.

Tali iniziative sono state ideate da Camera Nazionale della Moda Italiana e realizzate grazie alla collaborazione, oltre che della Camera di Commercio di Milano, del nostro Sponsor Lectra.

- **Con la Regione Lombardia**

Nel corso dell'assemblea del 16 aprile 2009 avevamo riferito che a seguito della denuncia di una scarsa attenzione al settore, la Regione Lombardia si era attivata con la costituzione del *Comitato Lombardia per la Moda*, presieduto dal Dott. Giovanni Bozzetti, dichiarando di avere significative disponibilità finanziarie e risorse a disposizione dall'Assessorato all'Industria, PMI e Cooperazione da destinare al settore e alla nostra Associazione per la realizzazione di Milano Moda Donna. Come abbiamo già riferito purtroppo tali aspettative sono andate deluse. Infatti 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 anche perché in vista di tale contributo erano 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.

Anche in questo triennio il nostro lavoro è continuato rispettando gli impegni assunti, consolidando le alleanze stipulate e stringendone di nuove.

### **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. 2-3-4-6, in particolare vengono consegnati i seguenti documenti:

- BILANCIO 2009
- BUDGET 2010

Prendendo in esame il Bilancio 2009 C.N.M.I., si evidenzia che il risultato gestionale risulta ancora negativo come già nello scorso anno , infatti il 2009 chiude con un disavanzo di gestione, al netto del risultato d'esercizio della partecipata Camera Moda S.r.l., di Euro 897.020,00 rispetto ad un disavanzo del 2008 di Euro 303.852,00.

Si segnala che per il 2009, vi è stato un leggero decremento del valore delle entrate che ammonta ad Euro 3.518.947,00 rispetto ad Euro 3.615.447,00 del 2008. Il decremento è dovuto principalmente alla mancanza del contributo per un progetto specifico della Camera di Commercio di Avellino erogato solo nel 2008 che non si è ripetuto nel 2009.

E' stato riconfermato anche per il 2009

- contributo del Comune di Milano per il Progetto Incubatore;
- contributo della CCIAA di Milano per le manifestazioni di Milano Moda Donna

I contributi ricevuti hanno determinato un recupero parziale del costo del personale interno per attività svolte su progetti specifici, così come già avvenuto nel corso del 2008, sia per CNMI che Camera Moda SRL.

La gestione finanziaria della liquidità ha comportato anche per il 2009 un risultato positivo pari ad Euro 28.096,00.

Data la recessione, nel corso dell'anno 2009, nell'ottica di continuare a supportare i propri associati, CNMI ha deciso di non ridurre le risorse investite nelle manifestazioni di MILANO MODA UOMO, MILANO MODA DONNA, MILANO MODA SHOWROOM, MILANO MODA PRECOLLEZIONI e MILANO MODA DESIGN.

Per quanto riguarda la partecipata Camera Moda S.r.l., il risultato al 31/12/2009 è stato negativo, pari ad Euro 102.531,00 rispetto ad un risultato sempre negativo del precedente esercizio di Euro 247.873,00. Nel 2009 nonostante il decremento dei ricavi da sponsorizzazioni si è riusciti a migliorare la situazione economica finanziaria, riducendo la perdita e migliorando il risultato finale rispetto al budget 2009 che prevedeva una perdita di circa Euro 500.000,00.

Passando al budget 2010 di C.N.M.I., il risultato preventivato è stimato in un disavanzo di gestione di circa Euro 140.000,00 circa comprensivo della perdita della partecipata Camera Moda S.r.l. stimata in circa Euro 5.059,00.

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, DHL, Mercedes Benz e Lectra. Il contratto di sponsorizzazione con quest'ultimo scadrà purtroppo il 31 maggio 2010.

- **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 valorizzano e promuovono l'intero "ciclo" delle collezioni delle case di moda (dalla presentazione delle pre-collezioni, alla vendita in showroom) nell'arco temporale di un anno. Queste iniziative rappresentano attività di supporto e comunicazione rivolte alle Maison nei momenti commerciali e di presentazione 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.

**Milano Moda Donna** si riconferma una delle fashion week di maggior richiamo internazionale con oltre 200 sfilate e presentazioni. Il calendario ha continuato ad avere una collocazione infrasettimanale, da mercoledì a martedì, con l'intento di consentire una miglior distribuzione delle sfilate e risparmiando a stampa e buyer un weekend rispetto al precedente format. L'edizione di febbraio 2010, nonostante abbia avuto una riduzione del calendario da 7 giorni a 6 giorni, ha comunque riscontrato la partecipazione e l'interesse di buyer e stampa internazionale. L'accordo con la Fédération Française de la Couture raggiunto a metà febbraio del 2010, già accennato nell'introduzione della mia relazione, stabilisce per Milano una fashion week di 7 giorni, da mercoledì a martedì.

L'introduzione nel 2009 di un nuovo Regolamento per l'accreditamento dei giornalisti alle sfilate di Milano Moda Donna, che prevede anche il versamento di una somma a fronte di servizi sempre più esclusivi e personalizzati, è ormai diventato una prassi acquisita e accettata. Tra le novità di queste ultime edizioni, si segnalano i collegamenti in diretta dal centro sfilate con la Rai – Unomattina – e con Canale 5, per raccontare tutte le novità della settimana della moda, il live streaming che ha dato l'opportunità di vedere le sfilate in diretta sia su pc che su smartphone. L'ospitalità per le sfilate collettive di designer stranieri, soprattutto nell'ultima giornata di calendario, è stata rinnovata e ha visto la presenza di indiani, pakistani, russi. La prima giornata di calendario come sempre è stata

dedicata alle sfilate delle iniziative giovani di CNMI: dai vincitori del concorso Next Generation, ai brand dell'Incubatore della moda ai designer emergenti del New Upcoming Designers. Anche le vip lounge degli Sponsor di CNMI al centro sfilate sono diventate location temporanee di eventi dedicati soprattutto alla presentazione e al lancio di giovani designer emergenti che hanno presentato con delle modelle un flash della loro nuova collezione. Mercedes Benz a Milano Moda Donna di settembre 2009 ha organizzato anche un Fashion Party al centro sfilate. Altri eventi speciali sono stati al Museo Poldi Pezzoli con la mostra "Seta Oro Cremisi" e a Villa Mozart con una serata organizzata da CNMI, Saks Fifth Avenue e Wall Street Journal.

- Riguardo al Calendario di **Milano Moda Uomo** si consolida la struttura su quattro giorni con circa una quarantina di sfilate per edizione e altrettante presentazioni. Eventi serali prestigiosi hanno animato le serate della settimana della moda maschile come quello della "Serata Arte e Moda" organizzata da CNMI a Palazzo Reale per una visita privata riservata alla moda di tre mostre: Monet, Bob Wilson e cinquecento anni di grandi mobili a confronto, e un esclusivo concerto di musica classica sulle guglie del Duomo riservato a selezionati ospiti di CNMI scelti tra buyer e giornalisti esteri. Sabato 20 giugno alle ore 21.00 Piazza della Scala si è tenuto l'evento televisivo internazionale Milano Moda International Fashion Show, condotto da Jo Squillo, promosso e organizzato da TVModa, con il patrocinio del Comune di Milano e di Camera Nazionale della Moda Italiana. Nel cuore della città di Milano hanno sfilato i grandi nomi dello stile e della moda italiana con straordinari abiti da sera, accanto alla nuova generazione di

designer del progetto Fashion Incubator. L'evento è stato trasmesso su Italia 1, lunedì 29 giugno, alle ore 23.00.

- Tra le nuove manifestazioni avviate da Camera Nazionale della Moda Italiana si segnala che la manifestazione di **Milano Moda Pre-Collezioni** giunge a maggio del 2010 alla sua **quinta edizione** con la presenza di brand prestigiosi, a testimonianza dell'importanza strategica di ufficializzare e valorizzare il momento di presentazione delle pre-collezioni; **Milano Moda Showroom**, che a giugno 2010 giungerà alla **decima edizione**, e che con un calendario fitto di date delle campagne vendita di oltre 180 showroom promuove e dà risalto al momento della vendita delle collezioni delle showroom milanesi, soddisfacendo un'esigenza avvertita da buyer nazionali e internazionali.
- Infine proprio in questi giorni è in corso la **terza edizione** di **Milano Moda Design** importante iniziativa di comunicazione internazionale, che con un calendario dedicato alle presentazioni delle Home Collection o di eventi delle Case di Moda legati al design si propone di coordinare in modo più incisivo e coeso le presentazioni e gli eventi delle Maison di Moda in occasione del Salone del Mobile.

Anche per questa terza edizione il title sponsor di Milano Moda Design è Mercedes Benz che mette anche a disposizione un servizio di courtesy car per designer e stampa.

Per tutte le altre attività e il dettaglio delle manifestazioni si rimanda alla relazione delle "Attività Svolte" allegate in cartellina.

Un problema che la Camera ha sempre avuto è quello di non comunicare adeguatamente tutta l'importante diuturna attività svolta.

Peraltro constatiamo con soddisfazione il grandissimo apprezzamento e rispetto che la CNMI ha a livello internazionale: siamo in sintesi riusciti a realizzare una coerenza tra il peso oggettivo del settore, come i numeri dimostrano, l'immagine della moda italiana e la sua rappresentanza istituzionale. Ciò è anche la conseguenza del fatto che la CNMI ha creato relazioni serie e stabili, ha stipulato accordi, li ha gestiti, li ha rispettati, così ottenendo affidabilità e credibilità.

Consentitemi infine un piccolo sfogo: è veramente fonte di amarezza constatare come tutto questo lavoro qui nel nostro Paese venga ignorato e l'immagine della Camera fatta dipendere solo o quasi esclusivamente dal calendario tema che per quanto importante andrebbe inserito in un contesto più ampio, quello dell'attività complessiva dell'associazione.

## **ADESIONE NUOVI SOCI**

Quest'anno abbiamo avuto poche adesioni. In parte lo possiamo addurre alla crisi economico finanziaria che ha colpito il settore ma dobbiamo anche riferirVi che sono pervenute un numero maggiore di domande che non sono state accolte.

Siamo orgogliosi di citarvi i nuovi soci a partire dal mese di aprile 2009 ad oggi:

TRAMONTANO, GIOVANNINI, FOUR TO FOUR (Gaetano Navarra)

**Totale ammessi N. 3**

Purtroppo ci sono state anche delle dimissioni

BALIZZA, BELVEST, CARLA CARINI (in liquidazione), CHERRY GROOVE (in liquidazione), CIESSEPI, CIOLINI (in liquidazione), CIT, DEBORA SINIBALDI (in liquidazione), FASHION DESIGN DE VINCENTIIS, GROTTA, HYBRIS, INCOM, LA COMMERCIALE (in liquidazione), MALLONI, MAREX, MATRA, MAZZI NORDANFUR, MOTTA ALFREDO, NOCESE MANIFATTURE, PHARD, RMCW, RPB, SARTORIA SAINT'ANDREWS, SEVERI MGS, SOPASA (in liquidazione), TAHILIANI DESIGN, TAMIGI, THERMORE

Dunque il bilancio di quest'anno è il seguente:

**N. Soci ad Aprile 2009: 182**

**N. Soci dimessi: 28**

**N. Soci ammessi: 3**

**N. attuale dei Soci: 157**

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.

Tutta l'attività della Camera è stata svolta con un organico di personale assai limitato, con questi i numeri:

- Associazione C.N.M.I: 4 impiegati
- Camera Moda S.r.l : 7 impiegati
- A cui si aggiungono 1 stagista.

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.

#### **4. LE SFIDE FUTURE DELLA C.N.M.I.**

Di solito, nelle conclusioni, della mia relazione tratto temi legati al settore, al suo futuro e problematiche commesse con la nostra attività ma esterne alla CNMI e sono andato a rileggermi quanto da me detto in occasione delle Assemblee precedenti.

Ho raccolto in un allegato che troverete in cartellina tali interventi che rappresentano una testimonianza della recente storia, delle sue problematiche, della correttezza delle analisi e delle soluzioni proposte e che lascio alla Vostra attenzione.

Questa volta, data anche la scadenza istituzionale della fine del mandato del nostro Consiglio, ritengo opportuno parlare della nostra Camera, delle sfide che ha di fronte, del suo futuro.

Ma per guardare avanti è opportuno partire dalle nostre radici, guardare alla nostra storia.

Nell'anno 2008 è caduto il cinquantesimo anniversario dalla fondazione della Camera Nazionale della Moda Italiana, 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.

Qui desidero spendere solo alcune parole per riferirVi che il Consiglio Direttivo aveva deliberato nella primavera del 2008 una serie di iniziative per festeggiare l'anniversario che richiedevano un certo budget. Purtroppo la crisi, che si è manifestata con particolare gravità nello stesso anno, e che ha inciso pesantemente sul settore e sulla nostra capacità di investimento, ci ha sconsigliato di destinare risorse per finalità auto celebrative.

Abbiamo viceversa rivolto ogni risorsa ed ogni sforzo per sostenere soprattutto nuove aziende emergenti del settore con una serie di iniziative in Italia, portandoli sulle passerelle di Milano Moda Donna, e all'estero con eventi sfilata a Tokyo, Mosca, Parigi, Berlino.

Abbiamo quindi privilegiato la concretezza "del fare" convinti come siamo che il favorire lo sviluppo di nuove creatività nella moda italiana sia il modo migliore per onorare la moda stessa e quindi questo importante anniversario della CNMI.

Proprio il favorire la nascita di nuove imprese di moda, di aiutare i giovani a presentarsi sul mercato ha costituito una costante dell'impegno della CNMI ed è quindi sorprendente e ingiustificata l'accusa a noi rivolta di non aver favorito i giovani non dando loro adeguato spazio nel Calendario.

In questi anni CNMI ha supportato e promosso i seguenti designer:

### **INCUBATORE**

(3' edizione incubatore 2009)

Paolo Errico, Mauro Gasperi, Cristina Miraldi, Cristiano Burani, A-Lab Milano

(2' edizione incubatore 2008)

Chicca Lualdi, Federico Sangalli, Leitmotiv, Gilda Giambra, Andres Caballero

(1' edizione 2006-2007)

Cristian Luppi, Claudio Montias, Elesila, In Touch, Adorisadora, Andrea Turchi, Alberto Zambelli, Oxigene e Lumiere, Georgia Turri

### **NEXT GENERATION**

(4' edizione 2009-2010) Francesca Liberatore, Francesco Di Giorgi, Marco Corso, Susanna Cornet

(3' edizione 2008-2009) Alessia De Pasquale, Marta Forghieri, Antonio Romano e Alessia Xoccatò

(2' edizione 2007-2008) Giulia Burrascano, Vanessa Cinquemani, Maurizio Iapicca, Valentina Vizio ed Elena Pignata

(1' edizione 2006-2007) Andres Caballero, Francesca Marchisio, Maria Teresa Mazzoni, Maria Elena Pino

La nostra relazione sarebbe incompleta se non vi dessimo conto di una iniziativa mossa da rilevanti interessi privati contro la nostra Associazione che opera come dice lo Statuto e come è nella realtà per “rappresentare i più alti

valori della moda e dello stile italiani e di tutelare, coordinare, diffondere, controllare e potenziare l'immagine della moda italiana sia in Italia che all'estero; per tutelare i legittimi interessi del settore e, ove occorra, dei singoli associati”.

Mi riferisco all'attacco del gruppo Conde Nast che, iniziato nel marzo-aprile del 2005, ha avuto un inasprimento nell'inizio anno con una deliberata scelta delle due Fashion Editor di Vogue America e Vogue Italia di ridurre la fashion week di Milano ad un weekend. Tale azione è stata completata con dichiarazioni pesantemente ostili nei confronti della Camera alla stampa nazionale alla quale noi abbiamo reagito con equilibrio e misura rispondendo con i fatti. Di tutto ciò noi conserviamo una documentazione che siamo in grado di mettere a disposizione di chi fosse interessato.

Mi preme infine sottolineare come al di là delle rappresentazioni giornalistiche e televisive del tema, come se si trattasse quasi di un gossip, la posta in gioco è ben altra: si tratta di uno scontro fra sistemi moda-editoriali di rilevanza economico finanziaria elevatissima fra New York e il sistema anglosassone contro l'asse franco-italiano ma in particolare contro l'Italia e contro la CNMI che rappresenta sempre di più e meglio il sistema moda del Paese.

Qui di seguito riporto uno stralcio nell'editoriale del Dr. Paolo Panerai che nella rubrica *Orsi e Tori* del 20 febbraio scorso analizzava con grande lucidità questo tema: “Le lettere di tono minatorio che ha cominciato a mandare appunto anni fa, chiedendo a tutti gli stilisti maggiori italiani di non seguire il

calendario della Camera nazionale della Moda Italiana ma di accordarsi fra di loro per compiere le sfilate in tre giorni e non in una settimana, non hanno tanto lo scopo di far rimanere solo tre giorni a Milano i giornalisti Condé Nast, la casa editrice più potente al mondo nel settore della moda, quanto piuttosto di far saltare i palcoscenici delle sfilate di Milano e di Parigi, cioè quelli europei, per dare spazio a New York e per sostituire la filiera italiana delle piccole e medie aziende con quelle possedute in Asia dal sistema moda statunitense”.

Possiamo solo aggiungere che condividiamo integralmente questa analisi aggiungendo solo una sottolineatura quella del valore della nostra grande e decennale alleanza con i Francesi senza la quale (cosa contestata da chi non sa o non ha capito la posta in gioco) noi saremmo stati ancora più colpiti dalle succitate azioni ostili.

Ma lasciamo ora a parte questi temi e guardiamo avanti, soprattutto in alto, a progetti importanti perché in un momento di grande discontinuità è necessario essere più innovativi e creativi, più coraggiosi e visionari.

Vi sono tre ambiti sui quali al di là delle linee di azione in atto il Consiglio neo eletto dovrà riflettere per programmare la nuova stagione di attività della Camera.

Mi permetto indicare tre tematiche tutte connesse con dei mega trend in atto:

- un'apertura al mondo del fast-fashion;
- una serie di iniziative legate alle opportunità e ai rischi del web;

- un'attenzione alle problematiche della bio-sostenibilità e del commercio equosolidale.

Concludo con il presentarVi la lettera con la quale il Vostro Consiglio Direttivo l'8 aprile 2010 comunicava l'avvenuto raggiunto accordo con tutti gli Stilisti sul delicato tema del calendario di Milano Moda Donna, allegata qui di seguito.

E' un momento importante non solo e non tanto come risultato raggiunto ma come un inizio di un inedito spirito di condivisione da parte degli Stilisti verso obiettivi comuni.

Coniugando i valori che ci hanno portato fin qui con il ritrovato clima di collaborazione ed unitarietà di intenti con gli Stilisti fra di loro e con la Camera unica istituzione in grado di rappresentare i loro interessi, potremo fare fino in fondo il nostro dovere e svolgere il ruolo che il settore ed il Paese si attendono da noi.

Vi ringrazio per l'attenzione.

(Cav. Lav. Mario Boselli)



# Camera Nazionale della Moda Italiana

## COMUNICATO STAMPA

### FORTE INTESA SUL PROSSIMO CALENDARIO

Il Consiglio Direttivo della CNMI, riunitosi oggi sotto la presidenza di Mario Boselli, ha preso atto con grande soddisfazione ed approvato l'esito della riunione che ha coinvolto tutti gli stilisti e le case di moda presso la Camera della Moda in mattinata, nella quale è stato definito il calendario di Milano Moda Donna del prossimo settembre.

La durata della manifestazione sarà di 7 giorni, dal 22 al 28 settembre. Sono state definite, con grande spirito di collaborazione, le presenze di nomi forti e imperdibili ripartite in modo equilibrato lungo tutto il calendario di Milano Moda Donna, cosa che consentirà un lavoro razionale e meno stressante per tutti.

Giorgio Armani dice: *“Sono lieto che il mio appello alla responsabilità sia stato accolto e non credo fossi l'unico ad auspicarlo: era giunto il momento di riconsiderare seriamente la questione del Calendario della moda, perché intorno ad esso ruota un intero sistema industriale che deve riprendere coscienza di sé, riaffermando la propria forza e il proprio valore. L'accordo dei maggiori stilisti, a tutela anche di quelli emergenti, raggiunto con la mediazione della Camera della Moda, dimostra che se vogliamo, noi italiani, siamo perfettamente in grado di imporre senza timori la nostra volontà per valorizzare ciò che il mondo riconosce essere un ricco e inimitabile patrimonio creativo”*.

Patrizio Bertelli dichiara: *“La settimana della Moda milanese è un momento di fondamentale importanza per la nostra attività ed è quindi indispensabile che le venga riconosciuto, anche in futuro, il ruolo trainante a livello internazionale che ha sempre avuto e che deve continuare ad avere. Quello di oggi è un passo significativo, che va nella direzione giusta: sottolinea infatti un senso di appartenenza che recenti polemiche avevano fatto temere fosse stato dimenticato. Però penso anche che si possa fare di più: il futuro del calendario delle sfilate milanesi va affrontato anche a difesa del made in Italy e del patrimonio creativo di tutta la filiera della moda”*.

Il ritrovato spirito unitario degli stilisti e la totale condivisione del ruolo della CNMI come elemento catalizzatore degli operatori del settore, sono la forte risposta alle indebite pressioni di chi ha interessi contrastanti a quelli della moda italiana. Ciò ha tanto più valore in un momento congiunturalmente difficile.

Grazie all'unitarietà d'intenti del nostro Mondo Moda e delle Istituzioni (Comune, Regione, Camera di Commercio di Milano), che apprezzeranno questa importante intesa e che siamo certi la sosterranno in ogni sede per tutto ciò che dipenderà da loro, Milano continuerà ad essere la capitale mondiale del Pret-à-porter e ad ottenere ulteriori meritati successi.

Milano, 9 aprile 2010