

[Home](#) » eventi, featured cover, trade

L'intervento di Jean Paul Gaultier chiude il Milano Fashion Global Summit

24 NOVEMBRE 2009

Con un video collegamento da Parigi è **Jean Paul Gaultier**, direttore creativo di **Hermès**, a chiudere il **Milano Fashion Global Summit**, sul tema "**Chi sopravviverà? Dieci idee per superare la crisi**": "Quello che stiamo attraversando è un momento difficile ed è necessario che tutti riflettano su quale sia oggi la strada da intraprendere per continuare e, soprattutto, per poter cambiare. Credo sia fondamentale un ritorno alle proprie origini, senza avere la pretesa di saper fare tutto. Non esiste una verità valida per tutti: ognuno ha la propria verità da raccontare. Nel fare questo, però, è indispensabile adattare al contesto di oggi le nostre creazioni. Occorre produrre privilegiando la semplicità e rispettando la disciplina. In questa fase i Paesi che sono più in difficoltà sono la Spagna, l'Inghilterra, il Giappone e la Germania. L'industria italiana della moda, invece, sta affrontando questo momento facendo leva sulla flessibilità e sulla creatività che l'ha sempre contraddistinta. Per superare la crisi dobbiamo essere consapevoli che i consumatori oggi non sono più disposti a pagare una fortuna per acquistare capi lussuosi. Gli stilisti, inoltre, devono pensare a produrre più per il proprio pubblico, piuttosto che sottostare alle dinamiche commerciali e pubblicitarie".

Preziosi anche gli interventi di **Mario Boselli**, Chairman della **Camera Nazionale della Moda Italiana**, **Giovanni Terzi**, assessore alle attività produttive, alla moda, design ed eventg del **Comune di Milano**, **Michele**

Trenconi, Chairman **Sistema Moda Italia**, **Matteo Marzotto**, Chairman **Vionnet**, **Michele Norsa**, CEO di **Salvatore Ferragamo**, **Manfredi Lefebvre d'Ovidio**, Presidente e Amministratore Delegato di **Silversea Cruises**, **Andrea Guerra**, CEO di **Luxottica** e **Maurizio Tamagnini** di **Bank of America Merrill Lynch**.

Presente anche **Diego Della Valle**, Presidente e Amministratore Delegato di **Tod's**, che ha dichiarato: "Gli imprenditori in questo momento devono focalizzarsi su quello che sanno fare meglio. Dopo dieci anni di crescita, favorita da mercati forti e da una politica aggressiva basata sull'affermazione del marchio, le imprese di fronte alla crisi attuale devono rendersi conto che per tornare a essere virtuose devono puntare sulla qualità, facendo molta attenzione a difendere la reputazione del proprio marchio. Guadagnare di più fatturando di meno è possibile. Il rapporto con i consumatori faticosamente costruito negli ultimi decenni è stato messo a dura prova dalla frenesia delle aziende a voler vendere a tutti i costi, puntando sulla crescita del proprio fatturato. I nostri auspici e obiettivi sono più ambiziosi, basati sugli investimenti che abbiamo fatto e sui trend registrati in questi mesi. Se la stagione natalizia sarà sufficientemente positiva, Tod's archiverà l'esercizio in corso con risultati sopra le attese del mercato. Per i prossimi tre anni, invece, l'Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani stima per le calzature italiane un incremento medio del 4,5%, con picchi per alcune categorie di prodotto come il lusso (sopra i 250

euro), visto in crescita del 6-8%. Per quel che riguarda la crisi è opportuno non dimenticare che l'Italia è la nazione dove sono realizzati i più bei prodotti del mondo e non bisogna lasciarsi impressionare dai prezzi più bassi. Il consumatore tornerà a ricomprare le belle cose pagandole il giusto”.



Jean Paul Gaultier