

La proposta della camera nazionale della moda. Dal 19 settembre di scena le sfilate milanesi

Un bollino verde per le passerelle

E Gucci ha già il suo logo verde per indicare la sostenibilità

DI FRANCESCA SOTTILARO

Un bollino verde per le passerelle, a indicare la sostenibilità della produzione e dei marchi made in Italy. La moda in tempo di crisi riparte dal marketing e dall'internazionalizzazione «fondamentali per crescere», secondo la Camera nazionale della moda italiana. E in questo solco prenderà il via, il prossimo 19 settembre, la settimana del prêt-à-porter di **Milano moda donna**, da sempre sinonimo di marchi di lusso e novità.

In tutto 131 collezioni, tra sfilate, presentazioni e show room, di scena «nei migliori spazi di Milano», ha annunciato ieri **Mario Boselli**, presidente della Cnmi, che organizza l'evento, in collaborazione con Class Editori (che partecipa al capitale di questo giornale), **Canon**, **Dhl** e **Mercedes Benz**.

Ad aprire le sfilate della primavera estate 2013 sarà Gucci, il marchio fiorentino del colosso del lusso **Ppr**, alfiere della causa sostenibile: proprio tre giorni fa, primo fra i colleghi dell'alto di gamma, ha infatti lanciato un nuovo logo **Gucci Responsibility**, dove una delle doppie G è verde. Un marchio dedicato alle attività di sostenibilità sociale e ambientale. «A tutte le passerelle e gli stilisti serve un bollino verde», spiega Boselli a *ItaliaOggi*, «è un dovere civico e morale farlo, a prescindere dall'interesse economico che può derivarne».

Camera moda è portavoce della causa fin dallo scorso inverno (si veda *ItaliaOggi* del 15/3/2012) e la commissione interna «Ecologia e ambiente», presieduta da **Anna Zegna**, imprenditrice del marchio sartoriale piemontese, nonché vicepresidente di Cnmi, ha elaborato il «Manifesto per la



Una passerella milanese. A sinistra, il logo Gucci Responsibility



sostenibilità della moda». Una somma di principi per l'intera filiera che ispireranno anche la performance dell'artista Michelangelo Pistoletto per ricordare, durante la settimana milanese, il legame tra arte, ambiente e moda.

Altro capitolo su cui punta Camera moda è l'apertura ai partner strategici, Cina in testa, ieri rappresentata a Palazzo Marino da una delegazione di imprenditori che partecipano questa mattina al **Milano Fashion global summit** organizzato da Class Editori (si veda box a fianco). Se, infatti, i dati del Fashion economic trends diffusi ieri prevedono un 2012 ancora in flessione nel primo semestre (il fatturato è a -6,3%) e una chiusura dell'anno stimata con un business da 60,2 milioni, sono ancora i paesi extra Ue, Brasile e Cina in testa a dare maggiori speranze. «A tutti coloro che insistono su quanto Milano non sia più trendy, rispondiamo con la presenza di partner di primo piano», sottolinea il presidente di Cnmi, «si tratta di un segnale forte per tutti i detrattori della settimana della moda».

In collaborazione con l'assessorato alla moda del comune,

poi, le passerelle si espanderanno oltre i tradizionali confini di Palazzo Giureconsulti, del Castello Sforzesco e di Palazzo Clerici, mettendo la propria bandierina anche sui saloni di Palazzo della Ragione, un tempo sede degli archivi notarili.

Infine la tecnologia. Se tablet e smartphone sono ormai alleati fissi di ogni brand e passerella che si rispetti, Camera Moda risponde con un'applicazione ad hoc per smartphone. Mentre molte sfilate saranno visibili in diretta nei maxischermi della città. «Obiettivo», conclude Boselli, «raggiungere un pubblico sempre più vasto».

© Riproduzione riservata



Mario Boselli

© Riproduzione riservata

AL VIA OGGI

Milano fashion global summit

La Cina protagonista



Si apre questa mattina alle 9 a Palazzo Mezzanotte, Piazza degli Affari, il **Milano Fashion Global Summit 2012**, evento organizzato da Class Editori (che partecipa al capitale di questo giornale) e dedicato ai principali protagonisti della moda, del lusso e del design del mondo.

L'edizione 2012 è dedicata alla Cina e intitolata «Italia-Cina, due sarti in un mercato globale. Nuove sfide, nuove opportunità di business e di partnership» in una due giorni che si protrarrà fino a domani 8 settembre.

All'incontro saranno presenti oltre venti imprenditori che stanno guidando lo sviluppo del mercato cinese e offriranno comunicazioni e spunti inediti per i lettori italiani e per gli addetti del settore. Secondo recenti stime, la Cina continua a essere il motore della crescita dei beni di lusso, con una progressione tra il 18 e il 22% per il 2012, in un mercato che vale circa 20 miliardi di euro.

Il Summit metterà in luce le esperienze degli imprenditori cinesi e diffonderà i nuovi dati di settore elaborati da Bank of America-Merrill Lynch. Ad arricchire il tutto le testimonianze dei principali protagonisti del lusso italiani. Fra gli altri interverranno: **Mario Boselli**, presidente della Camera nazionale della moda italiana; **Cesare Romiti**, presidente della Fondazione Italia-Cina; **Gianluca Brozzetti**, ceo della casa di moda **Roberto Cavalli**; **Vittorio Missoni**, ceo di **Missoni**; **Saverio Moschillo**, presidente di **John Richmond**; **Cleto Sagripanti**, numero uno dell'Associazione nazionale calzaturifici italiani (**Anci**); **Lavinia Biagiotti**, vicepresidente **Biagiotti group**; **Diego Rossetti**, presidente della **Fratelli Rossetti**; **Eraldo Poletto**, ceo di **Furla** e **Umberto Angeloni**, president e ceo di **Caruso**.

In anteprima italiana assoluta, inoltre, in occasione del gala per i relatori del summit, sfilerà questa sera a Palazzo Clerici il marchio **Ne.Tiger**, definito il **Louis Vuitton dell'Asia**. Si tratta in assoluto di una delle prime sfilate di un brand cinese in Italia.

Domani a partire dalle 9 proseguiranno i lavori a Palazzo Mezzanotte. Oltre alla delegazione degli imprenditori cinesi parleranno **Michele Tronconi**, presidente di **Sistema Moda Italia**; **Giulio Di Sabato**, presidente di **Assomoda**; **Gianluigi Cimmino**, ceo di **Yamay** e **Carpisa**, e **Alessandro Sartori**, direttore artistico di **Berluti**.

© Riproduzione riservata

BREVI

Deichmann, arriva in Italia lo shopping sul web. Deichmann Calzature lancia in Italia il nuovo shop online, accessibile dal sito www.deichmann.com. Il negozio virtuale sarà attivo 24 ore su 24 e permetterà di scegliere su circa 25 mila paia di calzature per tipologia di scarpa, misura, colore o marchio preferito.

Google ed euronews premiano le pmi. Il canale d'informazione euronews, in collaborazione con Google, lancia gli **euronews Business Award**, riconoscimento volto a premiare le piccole e medie imprese europee che, grazie all'utilizzo di internet, sono riuscite a crescere. I vincitori

avranno la possibilità di vedere la propria storia raccontata su euronews, vinceranno un viaggio per la cerimonia di premiazione a Bruxelles, un telefono **Galaxy Nexus**, un **Chromebook** e un corso di formazione online sviluppato su misura da parte degli esperti di Google.

Pubblicità, Sisa è ancora on air. A partire dal 1° fino al 7 ottobre verrà trasmesso sulle emittenti nazionali di **Radio Rai**, **Radio DeeJay**, **Radio Capital**, **Radio Italia** e **Rtl 102.5** lo spot del gruppo bolognese di distribuzione alimentare **Sisa** per reclamizzare la nuova edizione della promozione «1+1».

Amazon lancia un tablet più grande

costa 299 dollari e sfida l'iPad

Arriva la versione Hd del tablet **Kindle Fire** di Amazon, più grande di quella precedente e con un prezzo molto basso, una sfida diretta all'iPad di Apple. Ieri il ceo **Jeff Bezos** lo ha presentato in un evento a Santa Monica, in California, insieme con altre novità, sempre fra i tablet ma anche fra i lettori di e-book.

Il **Kindle Fire Hd** sarà prodotto in due dimensioni. Quella con uno schermo da 8,9 pollici (nella foto) ad alta definizione, e 16 giga di memoria, e una versione più piccola da 7 pollici. Costeranno 299 e 199 dollari rispettivamente. Le novità, però, non sono finite. Perché **Bezos** ha abbassato anche il prezzo del **Kindle Fire** precedente, quello non Hd, portandolo a 159



dollari (dai 199 precedenti), ma migliorandone anche l'hardware, ora più veloce.

Il nuovo lettore e-book si chiama invece **Kindle Paperwhite** e ha un display retroilluminato, che dovrebbe facilitare la lettura. Un'altra novità è la funzione «time to read», che calcola il tempo necessario per finire il libro basandosi sulla velocità di lettura di chi lo utilizza.

Il dispositivo costerà 119 dollari per la versione che si collega a internet solo con il wi-fi e 179 dollari

per quella 3G. Il **Kindle Paperwhite** avrà una batteria che durerà otto settimane anche con lo schermo retroilluminato acceso. **Bezos** ha inoltre abbassato il prezzo del modello base **Kindle** da 79 a 69 dollari.