

# L'IMPERO DEL FASHION

**CAPASA**  
«PUNTARE ANCHE  
SULLA SOSTENIBILITÀ  
NELLA PRODUZIONE»

**MONTEZEMOLO**  
«SUL TURISMO  
STIAMO PERDENDO  
MOLTE OCCASIONI»



**OSPITI**

**Il confronto in sala**  
Diego Della Valle  
(a sinistra)  
ha sottolineato con forza  
il valore dell'artigianalità;  
Guido Barilla, a destra,  
si è detto sicuro  
che il buon cibo  
sia il simbolo dell'Italia  
nel mondo



-MILANO-

**IL TITOLO** richiama a Expo: «Mangia come ti vesti». E il tema è strategico: gli operatori della moda e dell'industria si sono ritrovati alla Triennale di Milano per discutere di qualità e sostenibilità in due settori che fanno grande Milano e l'Italia: il cibo e la moda, appunto. È il Milano Fashion Global Summit, l'iniziativa organizzata da Class Editori in collaborazione con Camera Nazionale della Moda Italiana, The Wall Street Journal Europe e Bank of America-Merrill Lynch.

## Il buon cibo e l'alta moda «Due strumenti formidabili per rilanciare il Paese»

*Il confronto tra gli industriali dei settori che tirano*

**CARLO CAPASA**, presidente della Camera Nazionale Moda Italiana, di una cosa è convinto: «La sostenibilità è un tema sul quale abbiamo un tavolo aperto dal 2011, al quale partecipano i più importanti brand del panorama italiano. Entro fine anno pubblicheremo un primo documento che rappresenta lo standard unico nazionale condiviso sulle sostanze pericolose per la salute e per l'ambiente per il settore dell'abbigliamento, della pelle e delle calzature. A seguire ci occuperemo anche di ambienti di lavoro, quindi di approvvigionamento delle ma-



terie prime per passare poi al tema dell'impatto sociale». Anche Luca Cordero di Montezemolo, presidente di Alitalia, ha preso posizione: «È necessario ragionare sulle potenzialità di questo Paese, del made in Italy e soprattutto del turismo su cui stiamo perdendo grandi occasioni, ma che rappresenta uno straordinario potenziale visto l'interesse del mondo per l'Italia».

**E DIEGO DELLA VALLE**, presidente e Ceo Tod's, ha raccontato l'esperienza della sua impresa: «Per quanto riguarda la nostra azienda la sostenibilità riguarda anche l'artigianalità. Noi abbiamo una cultura forte che punta molto sulla qualità, insieme alla competenza di chi lavora, per questo motivo formiamo il personale principalmente in azienda, una cultura del tutoraggio molto forte, in cui l'impiegato più anziano insegna il mestiere al giovane, proprio come accadeva in passato». Di una cosa è certo Guido Barilla, presidente della grande marchio di pasta italiana: «Il cibo e la cucina devono essere il mezzo attraverso il quale poter promuovere l'Italia all'estero».

R.Mil.