

MILANO FASHION GLOBAL SUMMIT IL MIX DI ECCELLENZE SUSCITA L'INTERESSE DEI GRANDI INVESTITORI INTERNAZIONALI

# Moda e cibo uniti per rilanciare l'Italia

L'evento ha messo in luce il legame sempre più stretto fra i due settori alfieri dello stile italiano. Trapani (Clessidra): i big del fashion continueranno a comprare marchi del food. Selva (BofA): l'alimentare di qualità è già oggi un bene di lusso. Bertelli (Prada): i dolci di Marchesi anche a Dubai. Trussardi: porteremo i nostri caffè in tutto il mondo. Baldan (La Rinascente): per noi il cibo vale già 25 mln

**TAMBURI: LAVORIAMO CON BUFFETT PER INVESTIRE ASSIEME NEL MADE IN ITALY**

(speciale di 12 pagine in MF-Fashion)

# Fashion & Food

## alfieri del Made in Italy di lusso

**L'edizione di ieri del Mfgs-Milano fashion global summit ha messo in luce il legame fondamentale fra due settori simbolo sia dello stile sia dell'eccellenza produttiva dell'Italia E l'interesse degli investitori per queste aree**

**L**a F di Fashion e la F di Food sono state le protagoniste assolute dell'edizione 2014 del Mfgs-Milano Fashion global summit, il convegno organizzato da Class editori in collaborazione con Cnmi-Camera nazionale della moda italiana e Bank of America Merrill Lynch. E dopo una giornata di lavori la certezza è una sola: saranno loro il volano del made in Italy nel mondo, saranno loro gli alfieri del lusso tricolore. In un percorso che le vedrà sempre più fare sistema, nel segno del bello. Ad alzare il sipario ieri mattina a Palazzo Lombardia a Milano, sede della Regione, sono stati i padroni di casa Paolo Panerai, editor in chief e amministratore delegato di Class Editori, Mario Boselli, presidente di Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, Diego Selva, Head of investment banking Italy di Bank of America Merrill Lynch, oltre al presidente dell'Ice-Istituto commercio estero Riccardo Maria Monti. Con il numero uno di Class Editori che, accogliendo la platea, ha sottolineato: «Dopo aver ragionato proprio sul concetto di F, per questa edizione del summit, ci siamo accorti che in realtà il mercato aveva già preso il sopravvento. Ne sono esempio le recenti acquisizioni di prestigiose realtà milanesi, come Cova e Marchesi, da parte di gruppi come Lvmh e Prada». Mario Boselli invece ha indirizzato il suo sguardo a oriente, raccontando la sua speranza sulle ultime good news che arrivano dalla Cina: «Ci sono 400 milioni di cinesi che verranno urbanizzati, che cambieranno il loro stile di vita e che alla fine evolveranno la loro propensione al consumo arrivando a cercare il made in Italy e i brand della moda. Ebbene, noi dobbiamo accompagnarli, e per farlo dobbiamo occuparci dei brand medi perché questo succeda». L'aspetto un po' più economico del primo capitolo della giornata invece è stato toccato da Diego Selva di Bank of America Merrill Lynch che, se prima ha ricordato: «Come l'anno scorso avevamo raccontato di un sistema paese che attraeva investitori che volevano rischiare sull'Italia, oggi, dodici mesi dopo, la situazione non è proprio la stessa». Sottolineando poi come: «Il cibo, se diventasse una similitudine, del lusso potrà essere un motore di ripresa per il Paese», aggiungendo inoltre che: «Generalmente gli investitori sono inclini a cercare nuovi settori caratterizzati da potenziali di crescita maggiori rispetto a quelli maturi e a riconoscerne valori appropriati, e nel food ci sono segnali che raccontano di un treno di crescita in partenza». Ma come ben è chiaro oggi, per ottenere successo e ricchezza non si

può prescindere dal conquistare il mondo su scala globale. Ed è questo il campo d'intervento di **Riccardo Maria Monti**, che inizia il suo speech ricordando come: «Se l'Italia è amata nel mondo, grande contributo arriva dal cibo, così come dalla moda», specificando come, «i comparti valgono oltre 60 mld di euro in esportazioni». Per un sistema che se da una parte genera ammirazione, dall'altra ha bisogno di tutele, perché: «Food e fashion sono due industrie piagate da una grande quantità di falsi prodotti, aspetto che noi di **Ice** possiamo combattere attraverso percorsi internazionali di educazione sul valore del prodotto originale. E per farlo», ha continuato il presidente di **Ice**, «stiamo cercando di modernizzare il nostro modo di lavorare, portandolo da un concetto fieristico a uno fatto di meeting ed eventi mirati». Dunque moda e cibo possono davvero integrarsi e spingere ancor di più l'heritage del saper fare italiano a scalare le vette del mercato del lusso. A confermarlo è stato anche l'intervento di **Patrizio Bertelli**, ceo di **Prada**, che ha ricordato come: «Il connubio col food è decisivo in chiave di promozione di valori e di modi di essere e di consumare. La parola chiave è benessere, il lusso dovrebbe essere capito in questa chiave». Così come lo è stato l'intervento di **Francesco Trapani** di **Clessidra** che ha ricordato come: «I big del fashion continueranno a comprare e a investire in marchi del segmento food». (riproduzione riservata)

**Calogero Quintino**







Nelle immagini qui sopra: 1) Paolo Panerai (editor in chief e ceo, Class Editori); 2) Mario Boselli (presidente, Cnmi-Camera nazionale della moda italiana); 3) Riccardo Maria Monti (presidente Ica-Istituto commercio estero); 4) Patrizio Bertelli (ceo, Prada); 5) Michele Norsa (ceo e group managing director, Salvatore Ferragamo); 6) Andrea Cabrini (Class Cnbc) con Federico Marchetti (fondatore e ceo, Yoox group); 7) Diego Selva (Head of investment bank Italy, Bank of America Merrill Lynch), Francesco Trapani (executive vicepresident e operating partner, Clessidra sgr); 8) Tommaso Trussardi (ceo, Trussardi group); 9) Alberto Baldan (ceo, la Rinascente) con Michael Ward (managing director, Harrods); 10) Kean Etro (designer, Etro); 11) Giuseppe Duva (managing director, Moët Hennessy Italia); 12) Antonio De Matteis (ceo, Kiton group) con Lavinia Biagiotti Cigna (vice presidente, Biagiotti group); 13) Martin Angioni (country manager, Amazon Italia); 14) Mauro Porcini (chief design officer, PepsiCo); 15) Andrea Aprea (executive chef, ristorante Vun-Park Hyatt Milano); 16) Michele Marocchino (managing director, Lazard) con Giovanni Tamburi (fondatore e presidente, Tamburi investment partners); 17) Italo Rota (architetto, studio Italo Rota and partners)  
Tutte le immagini del Mfags-Milano fashion global summit 2014 sono state realizzate da Andreas Ikonomu



A sinistra, dall'alto, Mario Boselli (Cnmi-Camera nazionale della moda italiana); Diego Selva (BofAML) e Riccardo Maria Monti (Ica)

