

RASSEGNA STAMPA

Federmoda e mercato Russo

27 gennaio 2009



CNA E LE IMPRESE **VALORE D'INSIEME.**

A cura dell'Ufficio stampa
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

(ER) MODA. CRISI CAMBIA MERCATO RUSSO, CNA STUDIA NUOVE STRATEGIE

(DIRE) Bologna, 27 gen. - La crisi fa crollare il mercato della moda in Russia e anche le imprese dell'Emilia-Romagna cercano di correre ai ripari, studiando nuove strategie. Se ne e' parlato ieri pomeriggio a Bologna in un incontro promosso da Cna-Federmoda, insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia-Russia per lo Sviluppo del Made in Italy.

Federmoda ha chiamato uno degli analisti piu' autorevoli di questo settore: Reinhard Doepfer, direttore generale Ittm e partner di Igedo company, che ha fornito una fotografia della situazione in corso a Mosca, dove la crisi ha fatto crollare i consumi determinando "una situazione drammatica", a suo dire, soprattutto nel mercato del Fashion Retail (in sostanza, i negozi mono-marca). L'opinione di Federmoda e' che si debba "continuare ad investire puntando su nuove forme di partnership commerciali, sull'apertura di una fashion agency in Russia e su progetti di franchising".

"C'e' uno spostamento sull'acquisto di beni durevoli- ha spiegato Doepfer- e si assiste al crollo dei prezzi anche dell'abbigliamento di fascia medio-alta che oggi, a differenza del passato, si trova scontatissimo nei grandi magazzini multi-brand. È proprio il settore del fashion retail (le stesse grandi catene commerciali) a trovarsi in maggiore stato di sofferenza, al punto che si parla di bancarotta per alcune di queste catene". Il fenomeno piu' preoccupante e' legato al repentino e significativo calo degli ordinativi, che arriva a circa un 30% in meno, ma si registrano anche un tasso elevato di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti.

(SEGUE)

(Com/Roc/ Dire)
17:09 27-01-09

(DIRE) Bologna, 27 gen. - "In un simile momento- sottolinea Antonio Franceschini, segretario di Cna-Federmoda- le imprese emiliano-romagnole del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione. E poiche' e' proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunita', le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe". Dunque, per Federmoda, "il momento e' propizio per migliorare il potere contrattuale nei confronti dei partner russi ed iniziare a lavorare su nuove forme di partnership commerciali piu' di lungo periodo, all'apertura di una fashion agency in Russia o all'avvio di progetti di franchising. I russi saranno certamente attenti a chi oggi decidera' di dargli credito ed e' in considerazione di cio' ma, soprattutto, di quello che continuera' a rappresentare questo mercato (150 milioni di abitanti), che le nostre imprese devono continuare ad investire".

Cna-Federmoda e' stata tra le prime in Italia a comprendere le potenzialita' del mercato russo, soprattutto per le piccole e medie imprese. "Siamo convinti- prosegue Franceschini- che cosi' continuera' ad essere per coloro che lavoreranno su un business plan mirato ed adotteranno strategie di marketing consone a questa situazione. Siamo convinti che, una volta passata la crisi, le nostre imprese piccole e flessibili dovranno essere pronte per raccogliere i frutti del proprio lavoro. Come da molti anni a questa parte, Cna-Federmoda sta organizzando la partecipazione al 'Collection Premiere Moscow' che si terra' dal 24 al 27 febbraio. Sara' la cartina di tornasole. Ci aiuterà a comprendere cosa sta succedendo, a curare i contatti con i partner russi- conclude il segretario- e decidere sul da farsi".

(Com/Roc/ Dire)
17:09 27-01-09

Il convegno di Cna

Crisi, la moda «ripensa» la Russia

Le imprese dell'Emilia-Romagna studiano nuove strategie per (ri)conquistare il mercato russo. Se ne è parlato ieri pomeriggio a Bologna in un incontro promosso da Cna-Federmoda, insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia-Russia per lo Sviluppo del Made in Italy. L'opinione di Federmoda è che si debba «continuare ad investire

puntando su nuove forme di partnership commerciali». Il fenomeno più preoccupante è legato al calo degli ordinativi (30 per cento) ma si registrano anche cancellazioni degli ordini e la sofferenza nei pagamenti. «In un simile momento — sottolinea Antonio Franceschini, segretario di Cna-Federmoda — le imprese del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato sono chiamate a rivedere la strategia».

[viaEmilianet.it](http://viaemilianet.it)

- [quiMODENA](#)
- [quiREGGIO EMILIA](#)
- [quiROMAGNA](#)
- [ECONOMIA & IMPRESE](#)
- [LAVORO](#)
- [ELEZIONI 2009](#)
- [COOP](#)

[home](#) | [redazione](#) | [pubblicità](#) | [aggiungi ai preferiti](#) | [newsletter](#)

[Video Gallery - viaEmilianet.tv](#)

mercoledì, 28 gennaio 2009

[Get the Adobe Flash Player to see this video.](#)

[Micromeccanica: un tavolo di concertazione del comune](#)

Forlì, si cerca di superare la crisi dell'azienda che ha portato a 40 licenziamenti [Leggi la notizia](#)

martedì, 27 gennaio 2009

[Colpo grosso della Panini: le figurine della Nba](#)



Negli Usa l'azienda modenese ha nel suo "portafoglio" anche gadget di Hanna Montana e High School Musical [Leggi la notizia](#)

[La moda emiliano-romagnola e la crisi del mercato russo](#)



- [quiMODENA](#)
- [quiREGGIO EMILIA](#)
- [quiROMAGNA](#)
- [ECONOMIA & IMPRESE](#)
- [LAVORO](#)
- [ELEZIONI 2009](#)
- [COOP](#)

[home](#) | [redazione](#) | [pubblicità](#) | [aggiungi ai preferiti](#) | [newsletter](#)

[Video Gallery - viaEmilianet.tv](#)

mercoledì, 28 gennaio 2009



La moda emiliano-romagnola e la crisi del mercato russo

Crollano i consumi e cambiano i comportamenti. L'avviso di CNA-Federmoda: servono nuove strategie

BOLOGNA, 27 GEN. 2009 - Una situazione drammatica quella che sta investendo il mercato del Fashion Retail in Russia. La definisce, così, senza mezzi termini **Reinhard Döpfer** direttore generale ITTM e partner di IGEDO company, uno degli analisti più autorevoli di questo settore, invitato da CNA Federmoda ad aggiornare le imprese del settore sugli esiti più recenti di questa crisi internazionale. L'incontro tenutosi ieri a Bologna promosso da CNA insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia - Russia per lo Sviluppo del Made in Italy, ha voluto fornire alle imprese una fotografia quanto più realistica della situazione attualmente in corso a Mosca.

La crisi del calo dei prezzi di gas e petrolio, principale componente del PIL e della domanda nazionale ha fatto letteralmente crollare i consumi a partire, naturalmente, da quelli più effimeri legati alla moda, ai cosmetici, modificando i comportamenti dei consumatori. "C'è uno spostamento sull'acquisto di beni durevoli - spiega Döpfer - e si assiste al crollo dei prezzi anche dell'abbigliamento di fascia medio alta che oggi, a differenza che in passato si trova scontatissimo nei grandi magazzini multi-brand. È proprio il settore del fashion retail (le stesse grandi catene commerciali) a trovarsi in maggiore stato di sofferenza al punto che si parla di bancarotta per alcune di queste catene". Il fenomeno più preoccupante è senz'altro legato al repentino e significativo calo degli ordinativi. Solo sei settimane fa la situazione appariva assolutamente diversa. Oggi, sostiene, Döpfer si parla di circa un 30% in meno di ordinativi e dunque delle vendite per i marchi europei che esportano in Russia, un tasso elevato di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, così come la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti. Oggi il fornitore estero deve fare i conti con questa nuova situazione e decidere se fidarsi del proprio partner o invertire la strategia commerciale che finora lo aveva spinto Russia.

"Le imprese emiliano romagnole del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione"

Quel che è certo è che in un simile momento, le imprese emiliano romagnole del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato - evidenzia **Antonio Franceschini**, segretario di CNA-Federmoda - sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione. E poichè è proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunità, le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe. Il momento è propizio per migliorare il potere contrattuale nei confronti dei partner russi ed iniziare a lavorare su nuove forme di partnership commerciali più di lungo periodo, all'apertura di una fashion agency in Russia o all'avvio di progetti di

franchising. I russi saranno certamente attenti a chi oggi deciderà di dargli credito ed è in considerazione di ciò ma, soprattutto, di quello che continuerà a rappresentare questo mercato (150 milioni di abitanti) che le nostre imprese devono continuare ad investire”.

CNA-Federmoda è stata tra le prime in Italia a comprendere le potenzialità del mercato russo, soprattutto per le piccole e medie imprese. “Siamo convinti – prosegue Franceschini - che così continuerà ad essere per coloro che lavoreranno su un business plan mirato ed adotteranno strategie di marketing consone a questa situazione. Ecco perché continueremo ad assisterle anche e soprattutto in questa fase così difficile. Siamo convinti che, una volta passata la crisi, le nostre imprese piccole e flessibili dovranno essere pronte per raccogliere i frutti del proprio lavoro. Come da molti anni a questa parte, CNA-Federmoda sta organizzando la partecipazione al Collection Premiere Moscow che si terrà dal 24 al 27 febbraio 2009. Sarà la cartina di tornasole. Ci aiuterà a comprendere cosa sta succedendo, a curare i contatti con i partner russi e decidere sul da farsi”.

[invia la notizia](#)

[Stampa la pagina](#)

L@ COOPER@ZIONE ONLINE

CGIL

Camera del Lavoro Territoriale di Reggio Emilia

www.cdltre.it

REPORTAGE - Economia & Imprese



[Arriva Silverio Piro e sequestra il crocefisso](#)

Il nuovo procuratore reggente di Bologna è lo stesso magistrato che sequestrò il film di Ciprì e Maresco “Totò che visse due volte”. Film che venne processato – come Pasolini – per vilipendio, ma poi assolto. Arrivato a Bologna, Piro si è già messo all’opera: sequestrata una scultura da lui ritenuta “blasfema”

LA CRISI CAMBIA IL MERCATO RUSSO: PER LE IMPRESE EMILIANO ROMAGNOLE SERVONO NUOVE STRATEGIE



Bologna, 27 gennaio 2009. Una situazione drammatica quella che sta investendo il mercato del Fashion Retail in Russia. La definisce, così, senza mezzi termini Reinhard Döpfer direttore generale ITTM e partner di IGEDO company, uno degli analisti più autorevoli di questo settore, invitato da CNA Federmoda ad aggiornare le imprese del settore sugli esiti più recenti di questa crisi internazionale. L'incontro tenutosi ieri a Bologna promosso da CNA insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia – Russia per lo Sviluppo del Made in Italy, ha voluto fornire alle imprese una fotografia quanto più realistica della situazione attualmente in corso a Mosca. La crisi del calo dei prezzi di gas e petrolio, principale componente del PIL e della domanda nazionale ha fatto letteralmente crollare i consumi a partire, naturalmente, da quelli più effimeri legati alla moda, ai cosmetici, modificando i comportamenti dei consumatori. “C'è uno spostamento sull'acquisto di beni durevoli – spiega Dopfer - e si assiste al crollo dei prezzi anche dell'abbigliamento di fascia medio alta che oggi, a differenza che in passato si trova scontatissimo nei grandi magazzini multi-brand. È proprio il settore del fashion retail (le stesse grandi catene commerciali) a trovarsi in maggiore stato di sofferenza al punto che si parla di bancarotta per alcune di queste catene”. Il fenomeno più preoccupante è senz'altro legato al repentino e significativo calo degli ordinativi. Solo sei settimane fa la situazione appariva assolutamente diversa. Oggi, sostiene, Döpfer si parla di circa un 30% in meno di ordinativi e dunque delle vendite per i marchi europei che esportano in Russia, un tasso elevato di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, così come la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti. Oggi il fornitore estero deve fare i conti con questa nuova situazione e decidere se fidarsi del proprio partner o invertire la strategia commerciale che finora lo aveva spinto Russia. Quel che è certo è che in un simile momento, le imprese emiliano romagnole del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato – evidenzia Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda - sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione. E poichè è proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunità, le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe. Il momento è propizio per migliorare il potere contrattuale nei confronti dei partner russi ed iniziare a lavorare su nuove forme di partnership commerciali più di lungo periodo, all'apertura di una fashion agency in Russia o all'avvio di progetti di franchising. I russi saranno certamente attenti a chi oggi deciderà di dargli credito ed è in considerazione di ciò ma, soprattutto, di quello che continuerà a rappresentare questo mercato (150 milioni di abitanti) che le nostre imprese devono continuare ad investire”. CNA-Federmoda è stata tra le prime in Italia a comprendere le potenzialità del mercato russo, soprattutto per le piccole e medie imprese. “Siamo convinti – prosegue Franceschini - che così continuerà ad essere per coloro che lavoreranno su un business plan mirato ed adotteranno strategie di marketing consone a questa situazione. Ecco perché continueremo ad assisterle anche e soprattutto in questa fase così difficile. Siamo convinti che, una volta passata la crisi, le nostre imprese piccole e flessibili dovranno essere pronte per raccogliere i frutti del proprio lavoro. Come da molti anni a questa parte, CNA-Federmoda sta organizzando la partecipazione al Collection Premiere Moscow che si terrà dal 24 al 27 febbraio 2009. Sarà la cartina di tornasole. Ci aiuterà a comprendere cosa sta succedendo, a curare i contatti con i partner russi e decidere sul da farsi”.

[CHIUDI](#)

Moda La Cna studia nuove strategie attraverso i suoi massimi esperti

Franchising contro la crisi russa

BOLOGNA - La crisi fa crollare il mercato della moda in Russia e anche le imprese dell'Emilia-Romagna cercano di correre ai ripari, studiando nuove strategie. Se ne è parlato a Bologna in un incontro promosso da Cna-Federmoda, insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia-Russia per lo Sviluppo del Made in Italy. Federmoda ha chiamato uno degli analisti più autorevoli di questo settore: Reinhard Doepfer, direttore generale Ittm e partner di Igedo company, che ha fornito una fotografia della situazione in corso a Mosca, dove la crisi ha fatto crollare i consumi determinando "una situazione drammatica", a suo dire, soprattutto nel mercato del Fashion Retail (in sostanza, i negozi mono-marca). L'opinione di Federmoda è che si

Alcune catene rischiano addirittura la bancarotta: agire con prudenza

debba "continuare ad investire puntando su nuove forme di partnership commerciali, sull'apertura di una fashion agency in Russia e su progetti di franchising". "C'è uno spostamento sull'acquisto di beni durevoli - ha spiegato Doepfer - e si assiste al crollo dei prezzi anche dell'abbigliamento di fascia medio-alta che oggi, a differenza del passato, si trova scontatissimo nei grandi magazzini multi-brand. È proprio il settore del fashion retail (le stesse grandi catene commerciali) a trovarsi in maggiore stato di so-

fferenza, al punto che si parla di bancarotta per alcune di queste catene". Il fenomeno più preoccupante è legato al repentino e significativo calo degli ordinativi, che arriva a circa un 30% in meno, ma si registrano anche un tasso elevato di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti. "In un simile momento - sottolinea Antonio Franceschini, segretario di Cna-Federmoda - le imprese emiliano-romagnole del sistema moda che hanno investito su questo importante mercato sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione. E poiché è proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunità, le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe".

Un incontro promosso da CNA Federmoda insieme a Regione e Ministero dello Sviluppo

Meno Rubli per la moda emiliana

Cala il giro d'affari per le "firme" parmigiane, reggiane e modenesi

di **Mario Lodi**

Abbiamo di fronte "una situazione drammatica che sta investendo il mercato del Fashion Retail in Russia". E' crisi dura secondo Reinhard Döpfer direttore generale ITTM e partner di IGEDO company, uno degli analisti più autorevoli di questo settore, invitato da CNA Federmoda ad aggiornare le imprese emiliane sulla crisi internazionale che coinvolge anche le aziende della moda.

L'incontro era promosso da CNA insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia - Russia per lo Sviluppo del Made in Italy.

"Oggi - ha detto Döpfer - si parla di circa un 30% in meno di ordinativi e dunque delle vendite per i marchi europei che esportano in Russia, un tasso elevato di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, così come la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti". Quel che è certo è che in un simile momento, le imprese emiliano romagnole del sistema moda che hanno



Una sfilata a Mosca

investito su questo importante mercato - evidenzia Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda - sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione.

E poichè è proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunità, le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe.

Il momento è propizio per migliorare il potere contrattuale nei confronti dei partner russi ed iniziare a lavorare su nuove forme di partnership commerciali più di lungo periodo, all'apertura di una fashion agency in Russia

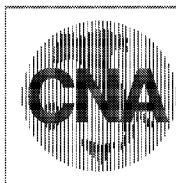
o all'avvio di progetti di franchising.

"Siamo convinti - prosegue Franceschini - che, una volta passata la crisi, le nostre imprese piccole e flessibili dovranno essere pronte per raccogliere i frutti del proprio lavoro. Come da molti anni a questa parte, CNA-Federmoda sta organizzando la partecipazione al Collection Première Moscow che si terrà dal 24 al 27 febbraio 2009. Sarà la cartina di tornasole. Ci aiuterà a comprendere cosa sta succedendo, a curare i contatti con i partner russi e decidere sul da farsi".

Le aree più interessate alla Russia nei distretti moda ER sono Carpi, Reggio, Modena, Parma e la Romagna.



Speciale **Economia**



CNA-FEDERMODA Lo stop dei consumi ha ripercussioni anche sul mercato russo

Per le nostre imprese servono nuove strategie

L'associazione sta organizzando la partecipazione al Collection Premiere Moscow di febbraio

Crollano i consumi e cambiano i comportamenti. CNA-FEDERMODA: continuare ad investire puntando su nuove forme di partnership commerciali, sull'apertura di una fashion agency in Russia e su progetti di franchising.

Una situazione drammatica quella che sta investendo il mercato del Fashion Retail in Russia. La definisce, così, senza mezzi termini Reinhard Döpfer direttore generale ITTM e partner di IGEDO company, uno degli analisti più autorevoli di questo settore, invitato da CNA Federmoda ad aggiornare le imprese del settore sugli esiti più recenti di questa crisi internazionale.

L'incontro tenutosi il 26 gennaio 2009 a Bologna promosso da CNA insieme a Regione Emilia-Romagna e Ministero dello Sviluppo Economico, nell'ambito di un progetto interregionale di collaborazione Italia - Russia per lo Sviluppo del Made in Italy, ha voluto fornire alle

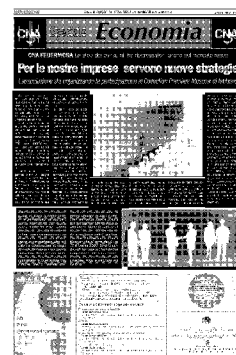
imprese una fotografia quanto più realistica della situazione attualmente in corso a Mosca.

La crisi del calo dei prezzi di gas e petrolio, principale componente del PIL e della domanda nazionale ha fatto letteralmente crollare i consumi a partire, naturalmente, da quelli più effimeri legati alla moda, ai cosmetici, modificando i comportamenti dei consumatori. "C'è uno spostamento sull'acquisto di beni durevoli - spiega Dopfer - e si assiste al crollo dei prezzi anche dell'abbigliamento di fascia medio alta che oggi, a differenza che in passato si trova scontatissimo nei grandi magazzini multi-brand. È proprio il settore del fashion retail (le stesse grandi catene commerciali) a trovarsi in maggiore stato di sofferenza al punto che si parla di bancarotta per alcune di queste catene". Il fenomeno più preoccupante è senz'altro legato al repentino e significativo calo degli ordinativi. Solo sei settimane fa

la situazione appariva assolutamente diversa. Oggi, sostiene, Döpfer si parla di circa un 30% in meno di ordinativi e dunque delle vendite per i marchi europei che esportano in Russia, un tasso elevato

di cancellazione degli ordini, l'aumento dei resi di merce immotivati, così come la sofferenza e talvolta l'insolvenza nei pagamenti. Oggi il fornitore estero deve fare i conti con questa nuova situazione e decidere se fidarsi del proprio partner o invertire la strategia commerciale che finora lo aveva spinto Russia. Quel che è certo è che in un simile momento, le imprese emiliano romagnole del sistema moda

che hanno investito su questo importante mercato - evidenzia Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda - sono chiamate a rivedere, se necessario, la propria strategia di internazionalizzazione. E poiché è proprio nei momenti di crisi che bisogna cercare le nuove opportunità, le nostre imprese devono saper sfruttare questo momento per rivedere le proprie relazioni con le controparti russe. Il momento è propizio per migliorare il potere contrattuale nei confronti dei partner russi ed iniziare a lavorare su nuove forme di partnership commerciali più di lungo periodo, all'apertura di una fashion agency in Russia o all'avvio di progetti di franchising. I russi saranno certamente attenti a chi oggi deciderà di dargli credito ed è in considerazione di ciò ma, soprattutto, di quello che continuerà a rappresentare questo mercato (150 milioni di abitanti) che le nostre imprese devono continuare ad investire".



CNA-Federmoda e' stata tra le prime in Italia a comprendere le potenzialità del mercato russo, soprattutto per le piccole e medie imprese. "Siamo convinti - prosegue Franceschini - che così continuerà ad essere per coloro che lavoreranno su un business plan mirato ed adotteranno strategie di marketing consone a questa situazione. Ecco perché continueremo ad assisterle anche e soprattutto in questa fase così difficile. Siamo convinti che,

una volta passata la crisi, le nostre imprese piccole e flessibili dovranno essere pronte per raccogliere i frutti del proprio lavoro. Come da molti anni a questa parte, CNA-Federmoda sta organizzando la partecipazione al Collection Premiere Moscow che si terrà dal 24 al 27 febbraio 2009. Sarà la cartina di tornasole. Ci aiuterà a comprendere cosa sta succedendo, a curare i contatti con i partner russi e decidere sul da farsi".

