

RASSEGNA STAMPA

“MODA MADI IN EMILIA ROMAGNA”

Missione CNA con 20 piccole imprese della regione protagoniste dal 6 al 9 settembre al Collection Premiere Moscow.

Bologna, 9 settembre 2009

(ER) IMPRESE. LA MODA MADE IN EMILIA-ROMAGNA 'VOLA' IN RUSSIA

EXPORT POSITIVO DI ABBIGLIAMENTO-CALZATURE E ORA MISSIONE A MOSCA

(DIRE) Bologna, 8 set. - La crisi morde ancora, ma le piccole e medie imprese dell'Emilia-Romagna reagiscono e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, uno dei piu' colpiti, ma anche uno dei piu' reattivi: cerca infatti di rispondere positivamente proponendosi con prodotti di alta qualita' sui mercati esteri. E dalla Russia vengono le risposte piu' interessanti: anche se in quei paesi gli effetti negativi della crisi si siano fatti sentire pesantemente, le esportazioni di abbigliamento e calzature made in Italy non hanno conosciuto battute d'arresto e le imprese artigiane hanno continuato a fare la spola tra Bologna e Mosca. "E' in Russia- spiega in una nota Antonio Franceschini, segretario di Cna-Federmoda- che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualita' dei propri prodotti e a prezzi competitivi".

Il rapporto Ice Istat 2008-2009 conferma che l'Emilia-Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta e' la specializzazione regionale, si e' evidenziata una certa stabilita' sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Russia che ha compensato il dato negativo del mercato spagnolo e di quello britannico. (SEGUE)

(ER) IMPRESE. LA MODA MADE IN EMILIA-ROMAGNA 'VOLA' IN RUSSIA -2-

(DIRE) Bologna, 8 set. - La crisi ha comportato una inevitabile selezione degli operatori così come una ristrutturazione del settore della distribuzione, in particolare di quella del lusso.

"Per evitare che ciò potesse tradursi in un calo degli ordinativi- prosegue Franceschini- come Cna abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente. In questo modo è stato possibile consolidare il rapporto cliente-fornitore e non perdere le commesse. Grazie al sostegno e alla consulenza di accreditati analisti internazionali, le nostre imprese hanno continuato a crescere in questa area sia in termini di volumi che di fatturato".

Aver consolidato presenza e commesse sul mercato russo rappresenta oggi un'iniezione di fiducia che consente alla filiera della moda di continuare ad investire in direzione dell'export nell'area ex sovietica, con importanti prospettive ad esempio, in Kazakistan ed Ucraina. È quindi in un'ottica di crescita che Cna Federmoda Emilia-Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando a Collection Premiere Moscow, fiera internazionale che si tiene due volte all'anno a Mosca, per favorire incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione Russa. Si tratta di un'azione promozionale sostenuta dal ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Emilia-Romagna. (SEGUE)

(ER) IMPRESE. LA MODA MADE IN EMILIA-ROMAGNA 'VOLA' IN RUSSIA -3-

(DIRE) Bologna, 8 set. - Tra gli obiettivi della presenza a Mosca, spiega Isabella Angiuli, responsabile internazionalizzazione di Cna Emilia-Romagna, "c'è anche quello di valorizzare il nostro distretto produttivo in Russia, che si riconferma importante mercato di sbocco per i prodotti moda emiliano romagnoli, puntando le imprese oltre che su creatività e design, anche sull'alto contenuto manifatturiero che la nostra regione è in grado di esprimere".

Le imprese del Made in Italy, aggiunge Angiuli, "hanno un posizionamento privilegiato nell'opinione del potenziale cliente pur non avendo marchi conosciuti. È su questo che occorre puntare".

Tessile, crolla l'export Aziende in pericolo

L'allarme degli imprenditori al Salone di Milano

— MILANO —

NEL PERIODO gennaio-aprile l'export di tessuti italiani ha registrato una contrazione del 30,3% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. Che si aggiunge al calo, già avvenuto nel 2008, del 9,4%. Cifre quasi drammatiche se si tien conto che l'export, in questo settore, rappresenta circa il 62% del fatturato.

Una situazione di sofferenza che si riflette sulla fiera di riferimento del comparto, il salone Milano Unica, inaugurato ieri a Fieramilanocity dal premier Silvio Berlusconi. Pesante il calo nel numero di espositori, che per questa nona edizione sono 486, di cui 382 italiani. Nel settembre 2008 furono 666 e l'anno prima, quando di crisi non si parlava, 718.

Cio' che preoccupa maggiormente Pier Luigi Loro Piana, Presidente di Milano Unica, sono ora gli ordinativi per il secondo semestre

2009. «Io - ha spiegato - stimo una riduzione tra il 20 e il 50% in confronto all'anno scorso, a seconda degli specifici comparti. E questa è la terza stagione con segno meno». Una situazione - ha continuato Loro Piana - che pone «a sopravvivenza di molte aziende in serio pericolo se questo stato di cose dovesse prolungarsi per altri mesi».

LE CIFRE
Un calo del 30%
nei primi 4 mesi
Ed è il secondo
anno che va male

CIONONOSTANTE gli operatori del salone, in cui si presentano le collezioni di tessuti per la stagione autunno/inverno 2010-2011, cercano di proporre un clima di fiducia. «Bisogna reagire per essere i primi ed i migliori al nastro di partenza del-

la ripresa - ha aggiunto Loro Piana -. Dobbiamo insistere sui nostri punti di forza che sono le nostre idee, la qualità, la creatività, il servizio, il valore dei nostri prodotti». Il presidente della Lombardia Formigoni ha indicato l'internazionalizzazione delle aziende come uno dei punti principali su cui insistere proprio per la rilevanza che l'export riveste per il tessile italiano. «Stiamo già lavorando per convincere le altre Regioni a costituire una rete di coordinamento nazionale - ha dichiarato Formigoni - di fronte ad un momento difficile che tutti i paesi del mondo stanno affrontando, credo infatti che l'idea di stringersi insieme sia vincente».



Moda, le imprese emiliane alla conquista di Mosca

LA CRISI morde ancora, ma le piccole e medie imprese dell'Emilia Romagna reagiscono e cercano nuovi spazi. È il caso del comparto moda, peraltro uno dei più colpiti, ma anche uno dei più reattivi. A Mosca 20 imprese della regione parteciperanno alla Collection Premiere Moscow, fiera internazionale del settore che si terrà nella capitale russa.



> www.regione.emilia-romagna.it

qui**MODENA**qui**REGGIO EMILIA**qui**ROMAGNA****economia&imprese****lavoro****unALTROmondo****globalCOOP**

mercoledì, 09 settembre 2009



Il Made in Emilia-Romagna alla conquista della Russia

CNA è in missione a Mosca assieme a 20 piccole imprese che operano in Regione nel settore della moda. Partecipano al Collection Premiere Moscow, che ogni anno detta il trend alle boutique di tutto il Paese [Leggi la notizia](#)

Cnh, i consiglieri regionali del Pd in visita ai lavoratori



La delegazione, guidata dal presidente del gruppo consiliare democratico Marco Monari, assicura il proprio sostegno e chiede al governo un impegno forte per i lavoratori: "Il sito produttivo sia mantenuto e rilanciato" [Leggi la notizia](#)

[LA CISL SMORZA GLI ENTUSIASMI. IL GOVERNO CONVOCA LE PARTI](#)

I lavoratori della Cnh: "La Fiat ci ha scaricati"



Imola: tre lavoratori raccontano cosa vuol dire perdere il lavoro in piena crisi economica [Guarda il video](#)

30 anni di Transcoop: si inaugura il centro servizi

Transcoop compie trent'anni e li festeggia domenica 6 settembre con l'inaugurazione del nuovo Centro Servizi, una struttura creata per migliorare la qualità e le condizioni di lavoro dei soci e la capacità di servizio al cliente [Leggi la notizia](#)

Emilia-Romagna e Toscana a braccetto fuori dalla crisi



I presidenti di Unioncamere delle due regioni hanno deciso di rilanciare l'economia attraverso una serie di progetti comuni. Che punteranno sui sistemi locali e sulle politiche europee [Leggi la notizia](#)

Il settembre nero delle aziende bolognesi

Le fabbriche riaprono, ma la Fiom delinea un quadro economico ben poco rassicurante che interessa l'intera provincia. Settecento posti di lavoro sono a rischio e arrivare sani e salvi al 2010 sembra quasi un miraggio [Leggi la notizia](#)

Sospeso in borsa il gruppo Mariella Burani



Alla Saeco si riparte con un caffè, macchiato Philips



IN PRIMO PIANO



Prove tecniche di transizione

Come imparare a vivere nell'era post petrolifera senza farsi male. E' l'intento delle Transition Town, le città che per prime hanno deciso di fare i conti con un tragico ma ineludibile evento: la fine delle risorse di petrolio. A Montevoglio, sulle colline bolognesi, l'esperimento è già partito. Con orti condivisi, pannelli fotovoltaici e un nuovo piano energetico comunale

SPECIALI

[SPI-CGIL REGGIO EMILIA](#)

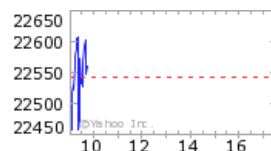
METEO

Previsioni meteo in Emilia Romagna

[Piacenza](#) - [Parma](#) - [Reggio Emilia](#) - [Modena](#) - [Bologna](#) - [Ferrara](#) - [Ravenna](#) - [Rimini](#) - [Forlì](#) - [Cesena](#)

FTSE MIB: BORSA MILANO

Indice in tempo reale



LE NOSTRE TV

TELEREGGIO

TRC
TELEMODENA



> www.regione.emilia-romagna.it



qui**MODENA**

qui**REGGIO EMILIA**

qui**ROMAGNA**

economia&imprese

lavoro

unALTROmondo

globalCOOP

mercoledì, 09 settembre 2009



Economia & Imprese



IN PRIMO PIANO

Il Made in Emilia-Romagna alla conquista della Russia

CNA è in missione a Mosca assieme a 20 piccole imprese che operano in Regione nel settore della moda. Partecipano al Collection Premiere Moscow, che ogni anno detta il trend alle boutique di tutto il Paese



BOLOGNA, 8 SET. 2009 - Le piccole e medie imprese dell'Emilia-Romagna, pur dovendo fare ancora i conti con la crisi, provano a reagire e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, peraltro uno dei più colpiti, che si dimostra anche uno dei più reattivi proponendosi con prodotti di alta qualità sui mercati esteri. E ricevendo risposte piuttosto interessanti, soprattutto dalla Federazione Russa.

Aver consolidato presenza e commesse sul mercato russo rappresenta oggi un'iniezione di fiducia che consente alla filiera della moda di continuare ad investire in direzione dell'export nell'area ex sovietica, con importanti prospettive ad esempio, in Kazakistan ed Ucraina. E' quindi in un'ottica di crescita che CNA Federmoda Emilia Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando a **Collection Premiere Moscow** (6-9 settembre), Fiera internazionale di primaria importanza che si tiene due volte all'anno a Mosca; la sede ideale per favorire gli incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione

Russa.

Si tratta di un'azione promozionale del Made in Italy in Russia sostenuta dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Emilia-Romagna. Tra gli obiettivi di questa nostra presenza spiega Isabella Angiuli, responsabile internazionalizzazione CNA Emilia-Romagna c'è anche quello di valorizzare il nostro distretto produttivo in Russia, che si riconferma importante mercato di sbocco per i prodotti moda emiliano-romagnoli, puntando le imprese oltre che su creatività e design, anche sull'alto contenuto manifatturiero che la nostra regione è in grado di esprimere. Le imprese del Made in Italy hanno un posizionamento privilegiato nell'opinione del potenziale cliente pur non avendo marchi conosciuti. E su questo che occorre puntare.

Nonostante in Russia gli effetti negativi della crisi internazionale si siano fatti sentire pesantemente, le esportazioni di abbigliamento e calzature made in Italy non hanno infatti conosciuto battute d'arresto e le imprese artigiane hanno continuato a fare la spola tra Bologna e Mosca. E' in Russia che spiega Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda - che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano-romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e a prezzi competitivi.

Il rapporto ICE Istat 2008-2009 conferma che l'Emilia Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta è la specializzazione regionale, si è evidenziata una certa stabilità sui mercati internazionali, e la crescita della domanda nella Federazione Russa, così come quella proveniente da Francia e Svizzera, ha compensato il dato negativo del mercato spagnolo e di quello britannico.

La crisi ha comportato una inevitabile selezione degli operatori così come una importante ristrutturazione del settore della distribuzione, in particolare di quella del lusso. Per evitare che ci potesse tradursi in un calo degli ordinativi prosegue Franceschini - come CNA abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente. In questo modo è stato possibile consolidare il rapporto cliente-fornitore e non perdere le commesse. Grazie al sostegno e alla consulenza dei più accreditati analisti internazionali, le nostre imprese hanno continuato a crescere in questa area sia in termini di volumi che di fatturato.



Prove tecniche di transizione

Come imparare a vivere nell'era post petrolifera senza farsi male. E' l'intento della Transition Town, le città che per prime hanno deciso di fare i conti con un tragico ma ineludibile evento: la fine delle risorse di petrolio. A Montevoglio, sulle colline bolognesi, l'esperimento è già partito. Con orti condivisi, pannelli fotovoltaici e un nuovo piano energetico comunale

SPECIALI

[SPI-CGIL REGGIO EMILIA](#)

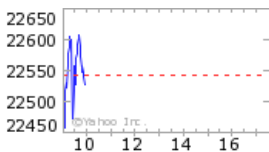
METEO

Previsioni meteo in Emilia Romagna

[Piacenza](#) - [Parma](#) - [Reggio Emilia](#) - [Modena](#) - [Bologna](#) - [Ferrara](#) - [Ravenna](#) - [Rimini](#) - [Forlì](#) - [Cesena](#)

FTSE MIB: BORSA MILANO

Indice in tempo reale



LE NOSTRE TV

TELEREGGIO

TRC
TELEMODENA

[invia la notizia](#)

[Stampa la pagina](#)

cna LA MODA MADE IN EMILIA ROMAGNA SBARCA A MOSCA



Bologna, 8 settembre 2009. La crisi morde ancora, ma le piccole e medie imprese dell'Emilia Romagna reagiscono e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, peraltro uno dei più colpiti, ma anche uno dei più reattivi, che cerca di rispondere positivamente proponendosi con prodotti di alta qualità sui mercati esteri. E' dalla Federazione Russa, che vengono le risposte più interessanti. Nonostante in Russia gli effetti negativi della crisi internazionale si siano fatti sentire pesantemente, le esportazioni di abbigliamento e calzature made in Italy non hanno conosciuto battute d'arresto e le imprese artigiane hanno continuato a fare la spola tra Bologna e Mosca. "E' in Russia – spiega Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda - che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano – romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e a prezzi competitivi". Il rapporto ICE Istat 2008 – 2009 conferma che l'Emilia Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta è la specializzazione regionale, si è evidenziata una certa stabilità sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Federazione Russa che ha compensato il dato negativo del mercato spagnolo e di quello britannico. La crisi ha comportato una inevitabile selezione degli operatori così come una importante ristrutturazione del settore della distribuzione, in particolare di quella del lusso. "Per evitare che ciò potesse tradursi in un calo degli ordinativi – prosegue Franceschini - come CNA abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente. In questo modo è stato possibile consolidare il rapporto cliente – fornitore e non perdere le commesse. Grazie al sostegno e alla consulenza dei più accreditati analisti internazionali, le nostre imprese hanno continuato a crescere in questa area sia in termini di volumi che di fatturato". Aver consolidato presenza e commesse sul mercato russo rappresenta oggi un'iniezione di fiducia che consente alla filiera della moda di continuare ad investire in direzione dell'export nell'area ex sovietica, con importanti prospettive ad esempio, in Kazakistan ed Ucraina. E' quindi in un'ottica di crescita che CNA Federmoda Emilia Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando a Collection Premiere Moscow (6 – 9 settembre), Fiera internazionale di primaria importanza che si tiene due volte all'anno a Mosca; la sede ideale per favorire gli incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione Russa. .

[CHIUDI](#)

in collaborazione con

Alla fiera Collection Premiere Moscow venti imprese dell'ER **CNA Federmoda vola a Mosca**

CNA Federmoda Emilia Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando a Collection Premiere Moscow (6 - 9 settembre), Fiera internazionale di primaria importanza che si tiene due volte all'anno a Mosca; la sede ideale per favorire gli incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione Russa. "E' in Russia - spiega Antonio Franceschini, segretario di CNA-Feder-

moda - che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano - romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e a prezzi competitivi".

Il rapporto ICE Istat 2008 - 2009 conferma che l'Emilia Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta è la specializzazione regionale, si è evidenziata una certa stabilità sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Federazione Russa.

Con la Cna regionale
Fiera della moda
3 ditte modenesi
presenti a Mosca

È iniziata domenica scorsa e si concluderà domani la missione imprenditoriale di Cna Federmoda Emilia Romagna a Mosca, un'iniziativa che ha coinvolto venti imprese della regione, partecipando al Collection Premiere Moscow, fiera internazionale che si tiene due volte all'anno a Mosca, in Russia. E tra le venti imprese che partecipano all'importante rassegna in Russia ci sono anche tre aziende modenesi. Parliamo in particolare della Match Italia International di Modena, che si presenta con il marchio «Le Fate», azienda di abbigliamento per donna che di recente ha aperto anche uno show room a Milano.

Le altre due aziende, invece, sono carpigiane. Una è la Explorer srl, che si dedica alla produzione di capi per uomo e donna nautico sportiva, che si presenta con il marchio Sail Ext. E, infine, la Imatex spa che si presenta con il marchio Maurice Abot. (f.b.)

La crisi morde ancora, ma è positivo l'export di abbigliamento-calzature e ora missione a Mosca

La moda regionale sbarca in Russia

Sono venti le imprese invitate a "Collection Premiere"

BOLOGNA - La crisi morde ancora, ma le piccole e medie imprese dell'Emilia-Romagna reagiscono e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, uno dei più colpiti, ma anche uno dei più reattivi: cerca infatti di rispondere positivamente proponendosi con prodotti di alta qualità sui mercati esteri. E dalla Russia vengono le risposte più interessanti: anche se in quei paesi gli effetti negativi della crisi si siano fatti sentire pesantemente, le esportazioni di abbigliamento e calzature made in Italy non hanno conosciuto battute d'arresto e le imprese artigiane hanno continuato a fare la spola tra Bologna e Mosca. "E' in Russia - spiega in una nota Antonio Franceschini, segretario di Cna-Federmoda - che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e a prezzi competitivi". Il rapporto Ice Istat 2008-2009 conferma che l'Emilia-Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta è la specializzazione regionale, si è evidenziata una certa stabilità sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Russia che ha compensato il dato negativo

del mercato spagnolo e di quello britannico.

La crisi ha comportato una inevitabile selezione degli operatori così come una ristrutturazione del settore della distribuzione, in particolare di quella del lusso. "Per evitare che ciò potesse tra-

dursi in un calo degli ordinativi - prosegue Franceschini - come Cna abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente. In

questo modo è stato possibile consolidare il rapporto cliente-fornitore e non perdere le commesse. Grazie al sostegno e alla consulenza di accreditati analisti internazionali, le nostre imprese hanno continuato a crescere in questa area sia in termini di volu-

mi che di fatturato". Aver consolidato presenza e commesse sul mercato russo rappresenta oggi un'iniezione di fiducia che consente alla filiera della moda di continuare ad investire in direzione dell'export nell'area ex sovietica, con importanti prospettive ad

esempio, in Kazakistan ed Ucraina. E' quindi in un'ottica di crescita che Cna Federmoda Emilia-Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando a Collection Premiere Moscow, fiera internazionale che si tiene due volte all'anno a Mosca, per favorire incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione Russa. Si tratta di un'azione promozionale sostenuta dal ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Emilia-Romagna.

Tra gli obiettivi della presenza a Mosca, spiega Isabella Angiuli, responsabile internazionalizzazione di Cna Emilia-Romagna, "c'è anche quello di valorizzare il nostro distretto produttivo in Russia, che si riconferma importante mercato di sbocco per i prodotti moda emiliano romagnoli, puntando le imprese oltre che su creatività e design, anche sull'alto contenuto manifatturiero che la nostra regione e' in grado di esprimere". Le imprese del Made in Italy, aggiunge Angiuli, "hanno un posizionamento privilegiato nell'opinione del potenziale cliente pur non avendo marchi conosciuti. E' su questo che occorre puntare".

Sassuolo 2000 quotidiano online

20 imprese emiliano romagnole a Collection Premiere Moscow

del 08 settembre 2009 @ 16:15 in [Economia](#), [Regione](#)

Le piccole e medie imprese dell'Emilia Romagna reagiscono alla crisi e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, peraltro uno dei più colpiti, ma anche uno dei più reattivi, che cerca di rispondere positivamente proponendosi con prodotti di alta qualità sui mercati esteri. E' dalla Federazione Russa, che vengono le risposte più interessanti. Nonostante in Russia gli effetti negativi della crisi internazionale si siano fatti sentire pesantemente, le esportazioni di abbigliamento e calzature made in Italy non hanno conosciuto battute d'arresto e le imprese artigiane hanno continuato a fare la spola tra Bologna e Mosca. "E' in Russia – spiega Antonio Franceschini, segretario di CNA-Federmoda – che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano – romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e a prezzi competitivi".

Il rapporto ICE Istat 2008 – 2009 conferma che l'Emilia Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. Nel tessile-abbigliamento, dove alta è la specializzazione regionale, si è evidenziata una certa stabilità sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Federazione Russa che ha compensato il dato negativo del mercato spagnolo e di quello britannico. La crisi ha comportato una inevitabile selezione degli operatori così, come una importante ristrutturazione del settore della distribuzione, in particolare di quella del lusso.

"Per evitare che ciò potesse tradursi in un calo degli ordinativi – prosegue Franceschini – come CNA abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente. In questo modo è stato possibile consolidare il rapporto cliente – fornitore e non perdere le commesse. Grazie al sostegno e alla consulenza dei più accreditati analisti internazionali, le nostre imprese hanno continuato a crescere in questa area sia in termini di volumi che di fatturato". Aver consolidato presenza e commesse sul mercato russo rappresenta oggi un'iniezione di fiducia che consente alla filiera della moda di continuare ad investire in direzione dell'export nell'area ex sovietica, con importanti prospettive ad esempio, in Kazakistan ed Ucraina. E' quindi in un'ottica di crescita che CNA Federmoda Emilia Romagna ha organizzato in questi giorni una missione imprenditoriale a Mosca che coinvolge 20 imprese della regione, partecipando fino al 9 settembre a Collection Premiere Moscow, Fiera internazionale di primaria importanza che si tiene due volte all'anno a Mosca; la sede ideale per favorire gli incontri con gli operatori russi della distribuzione, gli importatori e i buyers che decidono la tipologia di prodotto da collocare nelle boutique non soltanto di Mosca e San Pietroburgo ma in tutta la Federazione Russa. Si tratta di un'azione promozionale del Made in Italy in Russia sostenuta dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Emilia-Romagna.

•

Articolo stampato da Sassuolo 2000: <http://www.sassuolo2000.it>

URL articolo: <http://www.sassuolo2000.it/2009/09/08/20-imprese-emiliano-romagnole-a-collection-premiere-moscow/>

Copyright © 2009 Sassuolo 2000. All rights reserved.



IMPRESE: LA MODA MADE IN EMILIA ROMAGNA SBARCA A MOSCA



Bologna, 8 set. - (Adnkronos) - La crisi morde ancora, ma le piccole e medie imprese dell'Emilia Romagna reagiscono e cercano nuovi spazi. E' il caso del comparto moda, peraltro uno dei piu' colpiti, ma anche uno dei piu' reattivi, che cerca di rispondere positivamente proponendosi con prodotti di alta qualita' sui mercati esteri. In particolare, e' dalla Federazione Russa che vengono le risposte piu' interessanti e infatti e' proprio a Mosca che 20 imprese della regione parteciperanno alla Collection Premiere Moscow, fiera internazionale del settore che si terra' nella capitale europea fino a domani.

"E' in Russia - spiega il segretario di Cna-Federmoda Antonio Franceschini - che finisce oltre il 20% delle esportazioni di abbigliamento emiliano- romagnolo, vero leader di quel mercato grazie all'alta qualita' dei propri prodotti e a prezzi competitivi". Non a caso, il rapporto Ice Istat 2008 - 2009 conferma che l'Emilia Romagna ha mantenuto nel 2008 un tasso di crescita delle esportazioni positivo, seppur con un rallentamento rispetto all'anno precedente. In particolare, nel tessile-abbigliamento, dove alta e' la specializzazione regionale, si e' evidenziata una certa stabilita' sui mercati internazionali, con una crescita della domanda proveniente da Svizzera, Francia e Federazione Russa che ha compensato il dato negativo del mercato spagnolo e di quello britannico.

Di fronte a questo scenario, prosegue Franceschini "come Cna abbiamo suggerito alle imprese di attivare alleanze strategiche con i propri partner commerciali, testandone anche la serietà e venendo incontro alle esigenze di liquidità del cliente". "In questo modo - conclude il segretario di Federmoda - e' stato possibile consolidare il rapporto tra cliente e fornitore e non perdere le commesse".

[Vai alla home page >>](#)

Inoltre hanno parlato di noi:

servizio TG 7Gold;

Affari Quotidiani

TG Telesanternò - TG Telecentro

TG E' TV

TG Latte e Miele

GR Radio Bruno



Emilia Romagna