



Moda:fashion and food,due eccellenze per attirare acquirenti.

378 words

11 November 2014

14:01

ANSA - Entertainment News Service

ANSENT

Italian

© 2014 ANSA.

A Milano convegno Mfgs; Boselli,Cina tra bacini più importanti

(ANSA) - MILANO, 11 NOV - Moda e cibo, due eccellenze del made in Italy su cui investire per attirare acquirenti da tutto il mondo. Questo il tema attorno al quale è ruotata la 13esima edizione di Mfgs-Milano fashion global summit, il convegno dal titolo 'Fashion is food, Food is fashion' organizzato da Class Editori in collaborazione con Camera Nazionale della moda (Cnmi) e Bank of America Merrill Lynch, andato in scena a Palazzo Lombardia di Milano.

Che cibo e moda siano le due facce di una stessa medaglia da sfruttare anche in vista di Expo ne è convinto Paolo Panerai, editor in chief e amministratore delegato di Class Editori, che ha aperto i lavori questa mattina, insieme con Mario Boselli, presidente di Cnmi, Diego Selva, head of investment banking Italy di Bank of America Merrill Lynch, e Riccardo Maria Monti, presidente di Ice (agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane).

Per la moda, tutti sono d'accordo nel dire che uno dei bacini di utenza più importanti sarà la Cina, che vedrà "400 milioni di abitanti delle campagne cambiare vita e andare nelle città - ha detto Boselli - e attraverso varie fasi arrivare a consumare anche i nostri top brand, ma anche quelli medi".

La Cina è un mercato importante per molte griffe tricolori, come Salvatore Ferragamo, per cui "rappresenta quasi il 50% del business - ha spiegato il CEO e group managing director Michele Norsa -. Guardando avanti di 5/10 anni, credo che la classe media cinese sarà un importante bacino di consumo".

Anche **Trussardi** ha intenzione di andare a est, ma con il food del suo Café **Trussardi**, ha detto il CEO **Tomaso Trussardi**.

Non c'è solo il Drago, secondo Patrizio Bertelli, CEO di Prada: "ma anche il Giappone, i Paesi del Golfo e il Brasile". Il gruppo del lusso lo scorso marzo ha rilevato l'80% della società Angelo Marchesi, proprietaria della storica pasticceria Marchesi di corso Magenta a Milano: "se la moda è stata acquisita come un fatto della propria vita - ha detto Bertelli - ora si inizia a interessarsi anche a tutto il resto che dà benessere, come il buon cibo".

Document ANSENT0020141111eabb000p6