



iff05
italian food and fashion

**Comunicato stampa di fine evento
08 – 07 – 05**

ITALIAN FOOD AND FASHION
2° edizione

La gestione dell'informazione sul *“Made in Italy”*

Giovedì 7 luglio 2005 – dalle ore 14,00 alle 22,00
SGM Conference Center - Via Portuense, 741 – Roma

L'eco dei fatti di Londra non poteva non farsi sentire anche sul nostro evento. Ma la seconda edizione di “Italian Food and Fashion”, pur svolgendosi con maggiore sobrietà rispetto allo scorso anno, ha rispettato il suo calendario. All'apertura della manifestazione, lo staff, ha accolto le aziende espositrici nell'area “Italian Food and Fashion Bussines”, area in cui si sono svolti, lungo tutto l'arco del pomeriggio i workshop tra domanda ed offerta.

Nel pomeriggio il convegno “Le leggi sulla contraffazione e sulla tracciabilità come strumento di difesa del Made in Italy”. Dopo la lettura dei telegrammi delle istituzioni, in lutto per ciò che era accaduto a Londra, al tavolo dei relatori si sono alternati gli interventi dei rappresentanti del mondo del tessile e dell'enogastronomico, coordinati da Marco Ferrazzoli, capoufficio stampa del CNR, istituto che ha voluto essere presente perché si occupa di moda e gastronomia attraverso i suoi istituti di ricerca.

Dopo i saluti di benvenuto del “Padrone di casa” che ci ha ospitato per il secondo anno nel bellissimo centro congressi SGM, Fabiola Cinque, ideatrice del progetto, ha introdotto il tema della manifestazione illustrando il *tra i d'union* con la prima edizione ed il progetto attuale.

Il primo intervento è stato quello di Maurizio Bonas, presidente del Comitato di Eccellenza per la difesa del Made in Italy, con ha illustrato prima le tematiche regolamentari e legislative mettendo poi in evidenza i lati oscuri della situazione del tessile in Italia. “Sulla contraffazione e sulla concorrenza siamo in ritardo di ormai 10 anni – ha detto Bonas – e oramai non possiamo più attendere. Il nostro comitato ha depositato un disegno di legge, già approvato alla Camera e in attesa di discussione al Senato, sulla contraffazione che prevede il ritiro di 5 anni di un marchio che dichiara di essere Made in Italy, quando invece l'abito è confezionato o peggio, prodotto in Cina o altrove. “Una misura forse eccessiva – ha aggiunto Bonas – ma l'unica che può dare una risposta alle aziende che rischiano la chiusura perché producono tutto in Italia. Attendiamo una risposta entro settembre. Se non arriverà nei tempi migliaia di aziende saranno costrette a chiudere”. Una fetta dell'economia italiana che può mettere a rischio 150 mila posti di lavoro. “Le istituzioni non possono continuare a stare in silenzio”, ha concluso Bonas.

Ma i prodotti italiani, soprattutto quelli del settore tessile, della moda e delle confezioni, delle calzature e in generale il settore manifatturiero, non possono sperare di recuperare competitività abbattendo i costi. Lo ha sottolineato bene, nella sua relazione, Emanuela lezzi, consulente Ricerca e Tendenze TOD'S Group e direttore artistico del trend book “Walking”, distribuita nel mondo da “Mode Information”. “Sul corso finale dei prodotti Made in Italy – ha detto la lezzi – incide anche lo studio che i creativi italiani mettono per realizzare un prodotto, la scelta dei tessuti, la qualità delle rifiniture, il grado di confort e non ultima l'immagine dei prodotti”. “Ma questo è un costo – ha aggiunto la lezzi – cui l'Italia non può rinunciare”.

Progetto ed Organizzazione a cura di:
fivegraphic srl
www.italianfoodandfashion.com

Tel. 06.36381442 Fax 06.3230974
info@fivegraphic.com



Dello stesso tono l'intervento del Governatore del Lazio Slow Food, Fabrizio Russo. "La qualità ha un costo – ha detto – ed è necessario educare le persone a scegliere la qualità delle cose, anche del cibo, pur se costa un po' di più. Proprio il concetto di "Slow" opposto al "Fast" è nato per valorizzare anche la qualità del tempo da dedicarsi. Purtroppo dobbiamo farlo in un momento come questo, in cui le persone davvero hanno difficoltà economiche. In ogni caso non ci si può nascondere che l'investimento delle famiglie per il cibo è diminuito molto. Dal 63% impegnato fino a vent'anni fa siamo arrivati al 13%. E questo tutto a discapito della qualità dei cibi".

Ad accogliere il pubblico nel foyer dell'auditorium dove si è svolto il convegno c'erano le due installazioni che interpretavano: **"La moda nel Made in Italy...è Morta?"**. Una dinanzi all'altra a contrapporsi nell'interpretazione della domanda provocatoria.

Il creativo Massimiliano Maggio che ha curato per la Fivegraphic anche gli allestimenti dell'anno scorso, ha ben interpretato le risposte delle maison Coveri, di Francesco Martini Coveri e Egon Von Furstenberg, di Furstenberg e Merli. Infatti l'abito di Furstenberg vestiva un'angelo nero, impreziosito da pizzi e volants, rappresentando la morte del Made in Italy, incapace di resistere agli attacchi esterni pur conservando l'unicità e la preziosità delle sue creazioni artigianali.

L'angelo bianco di Coveri si autoalimentava con la linfa della creatività sin ad elevarsi dal piedistallo sostenendo e augurando lunga vita al Made in Italy.

Seguiva l'installazione "Lanterne rosse ed Ideogrammi dorati", con abiti di paillettes dei colori della bandiera italiana sempre di Coveri, in cui vi era inscenato il delitto con in mostra "il corpo" del reato Made in Italy ucciso dalla Cina.

Dopo il convegno, la manifestazione "Italian Food and Fashion" si è prolungata nell'area "Italian Food and Fashion Art" con le performance video di Murden Multimedia "Iter-Donna" e la mostra fotografica "Carne e Verdura" di Cinzia Carbonelli ed Adriana Segnati dando poi il via alle degustazioni ed alla cena organizzata da Gust'Arte nella splendida cornice del giardino dell'SGM coronato da un fresco e piacevole venticello estivo.

L'organizzazione di "Italian Food and Fashion 2005" è stata curata dall'agenzia di comunicazione e pubblicità di Roma Fivegraphic srl e da SGM Conference Center, con il patrocinio di:

Comitato di Eccellenza per la Difesa e la Tutela "MADE IN ITALY", Alta Roma - Amministrazione Provinciale di Roma - Amministrazione Comunale di Roma, Vicesindaco con delega alla Moda – Arsiat - ENIT, Ente Nazionale Italiano per il Turismo - Ministero Attività Produttive - Ministero per le Politiche Agricole e Forestali - Regione Lazio, Assessorato all'Agricoltura – ICE, Istituto Nazionale per il Commercio Estero - Slow Food - Unione Industriali di Roma – Assoristoranti di Roma e Lazio

*Alessandra Maggiani
Ufficio stampa Fivegraphic
340.2379687*

Progetto ed Organizzazione a cura di:
fivegraphic srl
www.italianfoodandfashion.com

Tel. 06.36381442 Fax 06.3230974
info@fivegraphic.com