

e-mail: segreteria@rotarymisansiro.org

www.rotarymisansiro.org

Segreteria: via Padova, 10 – 20131 Milano Tel./fax 02 2613802

BOLLETTINO n° 11 5 dicembre 2011

Programma del Club

GIOVEDI' 15 DICEMBRE 2011 ORE 20.00 Palazzo Bocconi Corso Venezia 48	CONVIVIALE NATALIZIA Prenotazione obbligatoria
MARTEDI' 20 DICEMBRE 2011 ORE 18.45 Cappella Istituto Gonzaga via Vitruvio	Santa Messa per i soci defunti
GIOVEDI' 12 GENNAIO 2012 ORE 20.00 Palazzo Bocconi Corso Venezia 48	Conviviale serale Relatore: dott. Pietro Rosetta Titolo: Le nuove frontiere della chirurgia oculare: dalla chirurgia della cataratta al trapianto di cornea

SAVE THE DATE

MARTEDI' 31 GENNAIO 2012
INTERCLUB CON IL RC MILANO SEMPIONE
Ore 20.00 presso Società del Giardino

Via San Paolo - Milano

Relatore: Robert L. Forbes

**Titolo provvisorio: World Economic Forum – Family Business
Administration**

Prenotazione obbligatoria

*È sempre gradita la presenza dei coniugi a tutte le conviviali salvo diversa indicazione.
Per una corretta programmazione delle riunioni conviviali, i Soci che non possono presenziarvi dovranno comunicarlo alla Segreteria (assenza giustificata) entro 48 ore dalla riunione.
La presenza di eventuali ospiti dovrà essere comunicata alla Segreteria entro la stessa scadenza.*

La Conviviale

Relatore: Cav. Mario Boselli

Titolo: La strategia della moda italiana : da Milano nel mondo "

Soci presenti: 13 (percentuale di assiduità: **21%**)

Totale presenze: 17

Ospiti dei Soci: sig.ra Fici, sig.ra Giro, sigg. Luca e Annalisa Livi, ospiti di Milani; dott. Andreoni, ospite di Müller;

Le Foto della conviviale



La Relazione

L'Interclub organizzato dal RC Milano Nord Est si è tenuto presso l'NH Touring di via Tarchetti e ha avuto come ospite il Cav. Mario Boselli, Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana e della Marioboselli Holding.

La moda è un fenomeno complesso che si manifesta alla congiunzione di due sistemi: quello del bisogno materiale, del consumo e della produzione (Barrère e Santagata, 2005), e quello simbolico e immateriale della creatività, del segno (Barthes, 1967) e dell'identità. Il sistema della moda deve quindi rapportarsi al sistema produttivo e a quello simbolico e creativo esistenti su un dato territorio. La sua missione è di conseguenza duplice:

- Fornire un servizio al mondo della produzione in termini di stile, creazione di immagine collettiva, di reputazione internazionale, assistenza archivistica, di sperimentazione con bassi rischi di impresa e formazione di profili professionali speciali. La moda è l'immagine simbolica dell'industria tessile, della confezione e degli accessori.

- Offrire al territorio input di creatività e identità collettiva, con ricadute economiche in termini di promozione e valorizzazione culturale, ma anche di attrazione turistica attraverso la creazione di eventi internazionali (esposizioni, sfilate di alta moda) e la messa a disposizione di luoghi privilegiati di distribuzione (shop, outlet, negozi monomarca). Sotto questo profilo tutta la catena di produzione del valore di un bene di moda è essenziale, è un sistema congruo e unificato. Non si può isolare l'impresa-studio dello stilista di moda dalla fase della produzione, perché gran parte dello stilismo è incorporato e integrato nell'impresa di moda.

Non si può escludere la produzione di tessuti, perché rappresenta con il suo design un input portentoso e innovatore per il creatore di alta moda e della moda da confezione o prêt-à-porter. Non si può separare il lavoro del designer stilista da quello del distributore che, a contatto con i gusti del pubblico, divenuta suggeritore strategico per tutta la catena. L'analisi che segue dei beni di moda e del mondo della moda è dunque a tutto campo, anche se si cercherà, quando statisticamente possibile, di distinguere le varie fasi della catena produttiva. Per i beni di moda l'apprezzamento della qualità evolve nel tempo perché è relativo a valori, codici di lettura e di apprezzamento delle opere che sono esogeni. Per i beni di moda la qualità non è indipendente dalla relazione bene – valutatore e si costruisce in una relazione bene-individuo – comunità. Essa non si esaurisce nella scoperta di una qualità preesistente, fissata a priori in maniera precisa, ma dipende da un giudizio dato dai consumatori o dagli utilizzatori e

ci fa entrare in un'economia della qualità non oggettiva, con caratteristiche di idiosincrasia. Dato che, sempre più, le imprese di moda si rivolgono ai consumatori non solo per soddisfare i loro bisogni, ma sollecitando i loro gusti, sostituendo ai bisogni i desideri, facendo appello alle sensazioni, le caratteristiche del gusto e quelle semiotiche acquisiscono un'importanza relativamente più ampia rispetto alle caratteristiche standard dei beni economici.

L'osservazione, anche superficiale, dei mercati dei beni di moda rivela fenomeni che non si ritrovano con la stessa ampiezza per altre tipologie di beni: fenomeni di cascate informative, comportamenti gregari, importanza degli *opinion leader*, ruolo degli esperti, deconnessione tra costi di fabbricazione e prezzi, importanza dell'immagine e della comunicazione, riferimento al patrimonio culturale.

Alcune caratteristiche giocano un ruolo preponderante nella domanda e offerta di beni di moda e di conseguenza nel funzionamento economico dell'industria della moda. Tra questi i beni simbolici che influenzano i comportamenti perché gli attori sociali reagiscono ai simboli che attribuiscono alle cose. In questo senso i simboli orientano l'azione. I simboli rafforzano credenze comuni e sentimenti condivisi dai membri di una entità collettiva e, quindi, per estensione, influenzano anche i comportamenti di consumo, quando questo fenomeno si trasforma in rito.

I beni di moda come beni con caratteristiche semiotiche: oltre all'utilità diretta legata alle caratteristiche sostanziali del bene essi hanno anche un'utilità indiretta in quanto beni portatori di significato, di senso. La domanda di abbigliamento è innanzi tutto una domanda legata alle caratteristiche dei vestiti in quanto tali: confort, leggerezza, robustezza, estetica. Si può immediatamente osservare tuttavia, che tali criteri, soprattutto quello estetico, variano con le epoche. Inoltre, a latere rispetto alle caratteristiche estetiche, o in collegamento con esse, esistono caratteristiche di espressione di significato. Le Nike non mi servono solo in quanto scarpe, ma significano anche che sono giovane, dinamico, informale, informato e sono pensate per comunicare anche questi significati. La domanda di moda è una domanda di segno e di senso più ancora che di funzionalità di abbigliamento. Ancor più, nelle nostre società, il bisogno di senso può essere più importante della funzionalità.

Una convenzione condivisa che annulla i costi di informazione è un fenomeno che si ritrova nei comportamenti imitativi. Le nuove cattedrali dei consumatori attirano le famiglie come in un rito moderno, ripetuto senza calcolo né perché. I grandi centri commerciali e i parchi a tema sono scelti e consumati in primo luogo per il loro valore simbolico, poi, se sono discriminanti per l'effetto snob; se praticano prezzi bassi e competitivi per ragioni meramente economiche; se diventano di moda per il bandwagon effect. Dunque simbolo come ritualità collettiva, come partecipazione collettiva ad azioni che, in quanto costose, dovrebbero essere razionalmente evitate. Il mimetismo, ossia "fare come fanno gli altri", non è solo un modo di ridurre i costi di ricerca di informazioni sulla qualità del prodotto, ma nel caso della moda è il meccanismo di scelta per accedere alla appartenenza a un gruppo sociale.

I beni di moda come beni generazionali La creatività di una generazione di stilisti si esprime nel tempo e nello spazio definiti da un'epoca e un luogo o una città di riferimento. Questo ancoraggio alle generazioni e alla loro evoluzione prefigura, come vedremo, il problema della successione generazionale come un dei grandi problemi del mondo della moda.

Nella moda confluiscono molte competenze: dello stilista che costruisce il valore simbolico, del designer dei tessuti, del designer che fa ricerca su nuovi materiali e tecnologie, del designer della confezione di massa, degli esperti della distribuzione esperienziale, dei costruttori di immagini mediatiche e del consumatore. Il consumatore partecipa alla produzione di moda, al suo atto finale e originale, in molti modi, in particolare con l'assemblaggio di abiti e indumenti tipico dello *street à porter* e con l'innovazione nella funzionalità e nel riuso originale di componenti varie dell'abito.

INTERMEZZO CON M. D'AZEGLIO E IL TEATRO ALLA SCALA

da M. D'Azeglio (1798-1866), "I miei ricordi", Barbera, Firenze, 1867, vol II, pag. 373

E' d'uopo riconoscere quanta fosse la finezza e l'avvedutezza del Governo austriaco. Esso, si può ben dire, ha governato per tant'anni la Lombardia per mezzo del teatro della Scala. E bisogna dirlo, fino ad una certa epoca vi è riuscito assai bene.



le info dalla SEGRETERIA

Compleanni nel mese di Dicembre

2	Alberto Pojaghi	19	Renato Meregalli
3	Mario Tschang	19	Giulio Tanzi Mira
6	Guido Delle Piane	22	Marco Carrozza
15	Lucio Lami	23	Franz Müller
18	Giuseppe Turati		

FIORE ALL'OCCHIELLO

Il **maestro Giampaolo Bisanti**, già inviato a Boston dal Rotary Club Milano San Siro nel 2005 per un periodo di specializzazione presso l'orchestra di Boston USA nell'ambito del progetto GSE, il 26 (ore 21.00) e 28 (ore 17.00) gennaio dirigerà l'orchestra dei Pomeriggi Musicali presso il Teatro Dal Verme in un concerto con musiche di Gil Shohat, Ravel, Mendelssohn.

Le prestazioni di Bisanti nelle ultime Stagioni, Concertistiche e d'Opera hanno, di fatto, attirato l'attenzione su questo giovanissimo talento milanese.

E' considerato, dalla critica tutta e dai tantissimi trionfi di pubblico, uno dei migliori Direttori d'Orchestra della sua generazione, capace di muoversi in un repertorio molto ampio, che abbraccia tutta la musica operistica ed i grandi capolavori di quella sinfonica, con gesto fluido e chiarissimo, attenzione agli organici vocali ed orchestrali, memoria sorprendente e tecnica che ricorda la più prestigiosa ed alta Scuola Italiana.



notizie dal DISTRETTO 2040

MERCOLEDI' 14 DICEMBRE 2011 - CONCERTO DI NATALE 2011 ORE 20.30 - DUOMO DI MILANO

Programma del concerto

M. A. Charpentier: dal Te Deum in Re Magg. H 146 Preludio

Anonimo - canto natalizio tedesco: O du frohliche

Anonimo francese del XVIII secolo: Les Anges dans nos campagnes

F. Schubert: Messa in Sol Magg. D 167 per Soli, Coro e Orchestra

J. F. Wade: Adeste fideles

Concertatore e Direttore d'Orchestra: M° Adriano Bassi

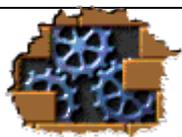
Solisti: Luciano Andreoli, basso

Giuseppe Veneziano, tenore

Tatiana Chivarova, soprano

Orchestra e Coro "Ludwig van Beethoven"

Direttore del Coro M° Achille Nava



Dagli altri Club milanesi

Settimana dal 12 al 16 dicembre

Club		Data	Ora	Sede	Oratore	Tema
Brera	Lun	12	20,00	Sheraton Diana		Serata pre-natalizia (coniugi)
Giardini	Lun	12	20,00	NH President		Serata pre-natalizia (Coniugi)
Scala	Lun	12	20,00	G. H. Visconti	V.le Isonzo 14	Serata pre-natalizia (Coniugi)
Sud	Lun	12	20,00	Palazzo Bocconi		Serata pre-natalizia (Coniugi)
Sud/Est	Lun	12	20,00	Palazzo Bocconi		Conviviale natalizia con Coniugi
Sud/Est- Rotaract	Lun	12		Palazzo Bocconi		Serata pre-natalizia (Coniugi)
P.ta Vercellina	Lun	12	19,45	Soc. Giardino	(cravatta nera)	Natalizia – serata degli auguri (Coniugi)
Cordusio	Mart	13	20,00	Incontro Palazzo Cusani		Sala Radetzky Natalizia (Coniugi)
Mi-International	Mart	13	18,45	Macros L.go Donegani		Serata pre-natalizia (Coniugi)
Manzoni Studium	Mart	13	20,00	Hotel de Milan		Serata pre-natalizia (Coniugi)
MI-NET	Mart	13	9,00	Nonna Papera	Via Piermarini 4	Serata pre-natalizia +(coniugi)
P.ta Venezia		13	20,00	H. Princip Savoia		Conviviale pre-natalizia Consorti ed Amici
P.ta Vittoria	Mart	13	18,30	Palazzo Provincia	Sala Consiglio	Asta di beneficenza (Coniugi e Ospiti)
Visconteo	Mart	13	20,00	Castello Tolcinasco		Cena natalizia del nostro Club (Coniugi)
2040°Distrettto	Mer.	14	20,30	Duomo Milano		Concerto di Natale offerto a tutti i rotariani e ai cittadini milanesi
Arco della Pace	Mer	14	18,30 20,30 22,00	Palazzo Cusani Duomo Milano Pizzeria		Assemblea del Club per elezioni delle cariche sociali Concerto di Natale Dopo Concerto
Est – Inner Wheel	Merc	14	20,00	Salone delle feste Istituto Ciechi	Padre R.Ferrari	Serata Natalizia (coniugi) La natività
Fiera - Monforte	Merc	14	20,30	Duomo Milano		Concerto di Natale
Nav. Grande San Carlo	Merc	14	20,00	Basilica San Marco	E. Tavernar	Un repertorio musicale all'organo della Basilica, alla cui tastiera si è cimentato anche Mozart Seguirà cena pre-natalizia (Coniugi)
Nord	Merc	14	20,00	Westin Palace (Coniugi)		Assemblea dei Soci per elezioni delle cariche sociali – seguirà cena Natalizia
Nord/Est	Merc	14	18.00 19,45	Chiesa S. Giorgio Palazzo Durini	Via S.M. Valle 2	Santa Messa di Natale Serata Pre-natalizia
Settimo Inner Wheel	Merc	14	19,30 20,30 21,00	Soc. Giardino		Aperitivo 'Liberty' Concerto Violinista Anna Serova riconoscimenti rotariani – estrazione omaggi
Castello	Giov	15	20,00	'La Cordata'	Via S. Vittore 49	Serata pre-natalizia (Coniugi)
Duomo	Giov	15	20,00	Hotel de Milan		Serata pre-natalizia (Coniugi)
Europa	Giov	15	20,30	Palazzo Bocconi		Serata pre-natalizia (Coniugi)
Fiera	Giov	15	20,00	Palazzo Cusani		Natale con i familiari
Nord/Ovet	Giov	15	20,00	G. H. Doria		Serata pre-natalizia (Coniugi)
P.ta Vittoria	Giov	15	20,00	PalazzoProvincia	Sala Affreschi	Serata pre-natalizia (Coniugi)
San Siro	Giov	15	20,00	Palazzo Bocconi		Serata pre-natalizia (coniugi)
Arco della Pace	Ven	16	17,30	Ospedale Niguarda	C. Sacerdoti	Pomeriggio con i bambini malati
San Babila	Ven	16	20,00	MIB Via G. Negri 10		Serata pre-natalizia (coniugi)
Leonardo da Vinci	Sab.	17	20,00	Bossi-Clerici	Via Bossi 3 Mi	Serata Natalizia (Coniugi)
Arco della Pace	Dom	18	20,00	Incontro Palazzo Cusani		Serata pre-natalizia Gran Galà con familiari ed amici Serata con ballo di beneficenza