



1AB



1CD



5

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



2A



2B



2C



2D



2E



2F



2G

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



3A



3B



3C



3D



3E



3F

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



7



8



4A



4B

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



4C



4D

EDIZIONE «PROFESSIONALE»





4E



4F



6



9



13



12



11

EDIZIONE «PROFESSIONALE»





10A



10B



10C



15



16



17

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



14A



14B



14C



14D



20A



20B

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



21



18



19



24

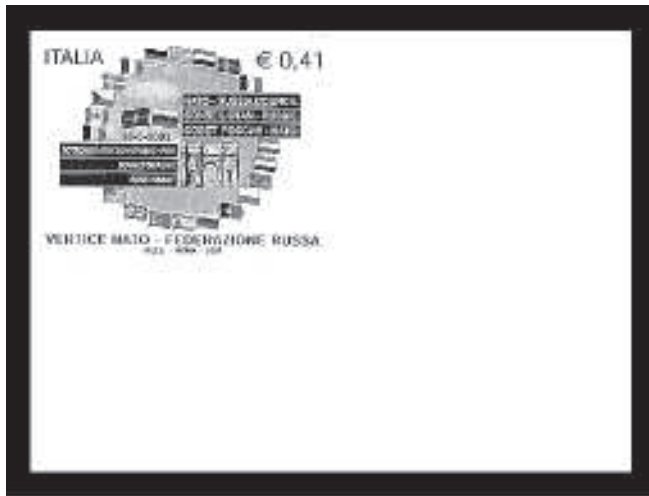


25



22

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



23



26



31



27



33

PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



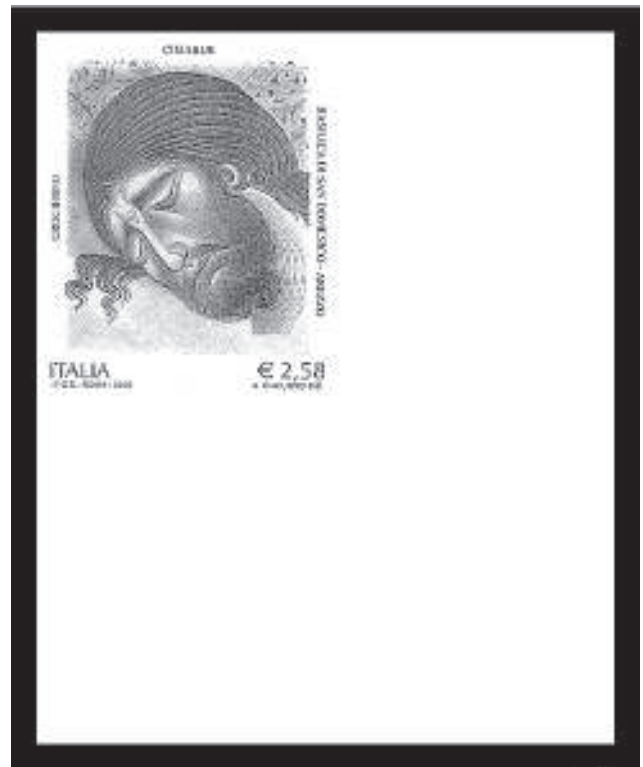
29



28



32



30

EDIZIONE «PROFESSIONALE»

PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



34



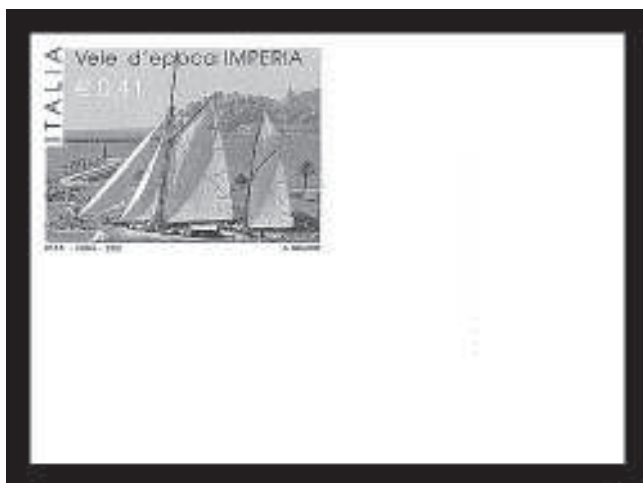
35



35



38



40

EDIZIONE «PROFESSIONALE»

EDIZIONE «PROFESSIONALE»

**ITALIA**  
DESIGN ITALIANO - ALTA MODA  
KNIZIA  
€ 0,41

**ITALIA**  
DESIGN ITALIANO - ALTA MODA  
DOUCE & GABBANA  
€ 0,41

**ITALIA**  
DESIGN ITALIANO - ALTA MODA  
GIORGIO FERRE  
1987  
€ 0,41

**ITALIA**  
DESIGN ITALIANO - ALTA MODA  
GIORGIO ARMANI  
€ 0,41

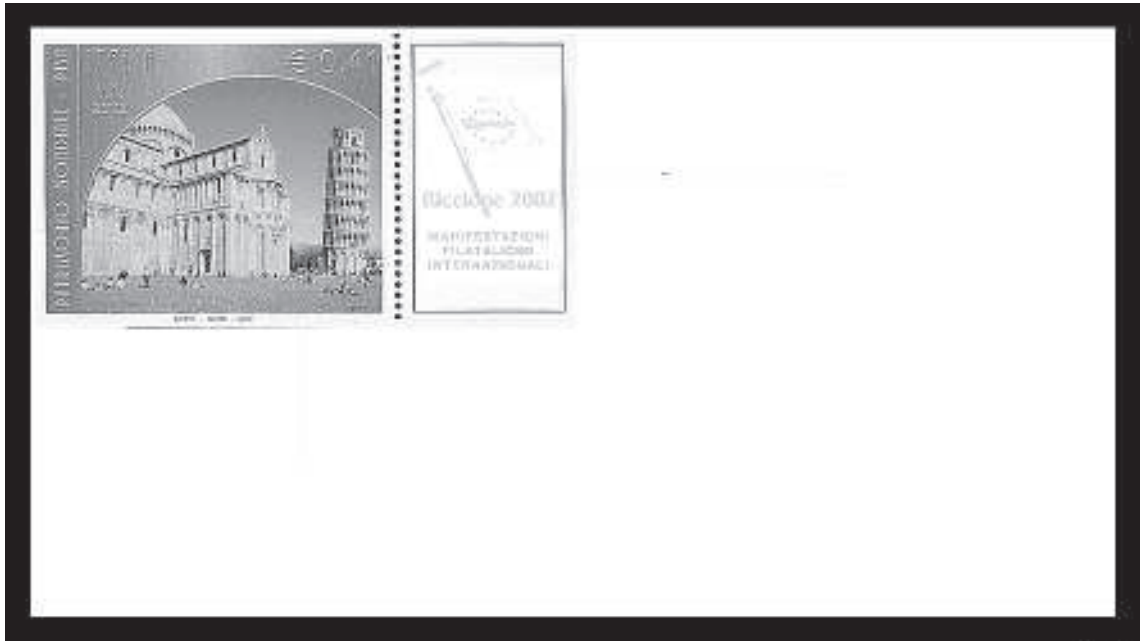
**ITALIA**  
DESIGN ITALIANO - ALTA MODA  
PRADA  
€ 0,41

**Posteitaliane**

Camera Nazionale della Moda Italiana

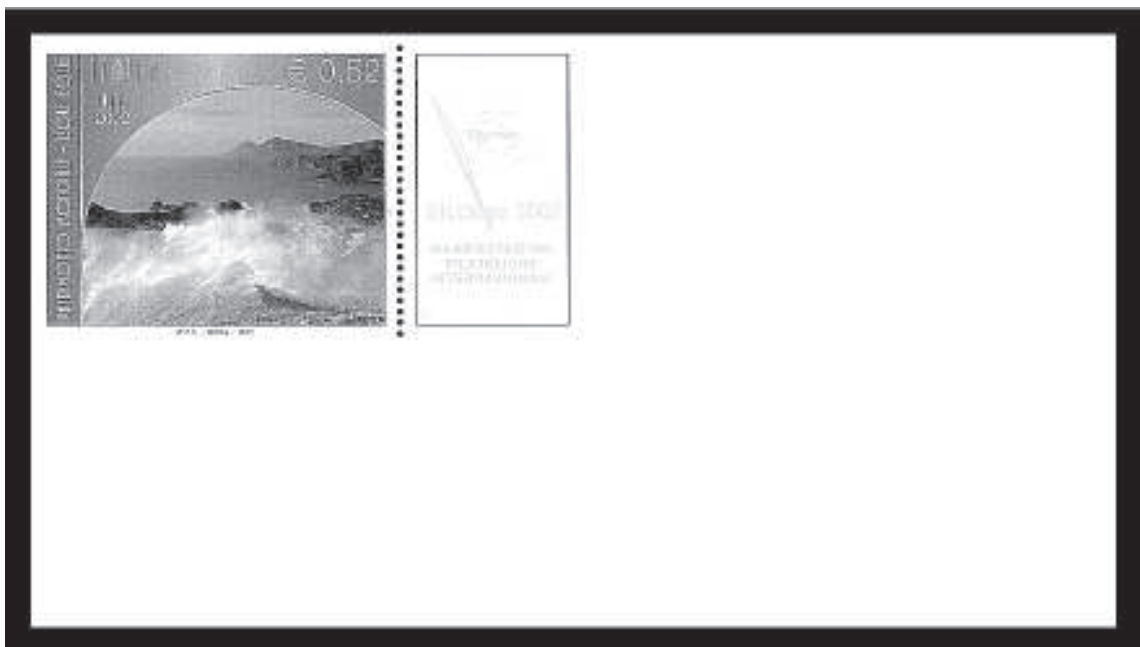
I disegni scelti della filiera tessile e abbigliamento italiano rappresentano nel loro insieme un patrimonio di alta moda italiano che si presenta sotto le frange più prestigiose e sofisticate. Una realtà si cui ogni professionista gli affini moda e che è costantemente alimentata da avanguardie di ricerca creative e tecnologica. La genesi di tale complesso tessuto rischioda nelle grandi tradizioni tessili e sartoriale del nostro Paese e si inquadra in un solido framework europeo rinasciuto. La Camera Nazionale della Moda Italiana è l'associazione italiana senza scopo di lucro che disciplina, coordina e promuove lo sviluppo della moda italiana. Rappresenta i più alti valori culturali della Moda Italiana e il proprio di mettere, qualificare e promuovere l'immagine, sia in Italia sia all'estero. L'area privata della Camera italiana italiana, l'Associazione è il punto di riferimento e l'interlocutore privilegiato per tutti quelli italiani nazionali ed internazionali volenti a collaborare e a promuovere la moda italiana o la Moda Italiana. Fin dal 1951, anno della sua fondazione, ha svolto un ruolo di primo piano nella politica di sviluppo, organizzazione, sviluppo, promozione, sviluppo della moda italiana e del suo sviluppo. Insieme a obiettivi, la Camera italiana di colori, materiali e tessuti, ha lavorato alla difesa dell'immagine italiana e alla Camera Nazionale della Moda Italiana il ruolo di primo piano, nella ricerca, nella promozione della moda italiana e nel suo sviluppo.





37A

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



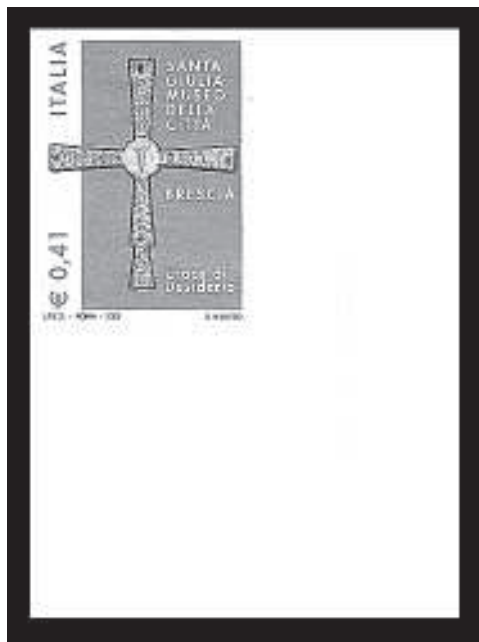
37B



41



44



42A



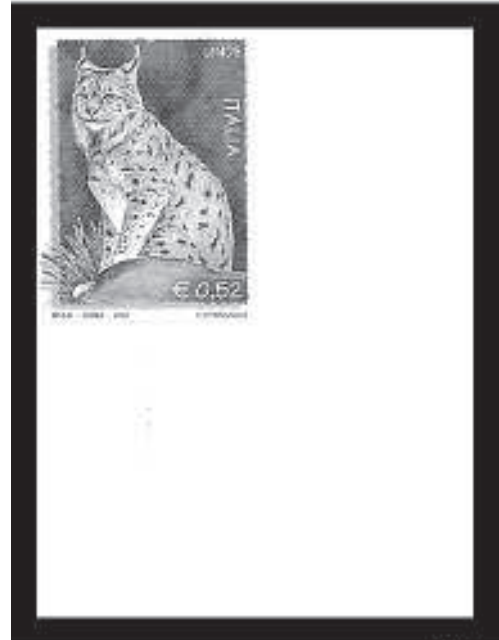
42B



PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



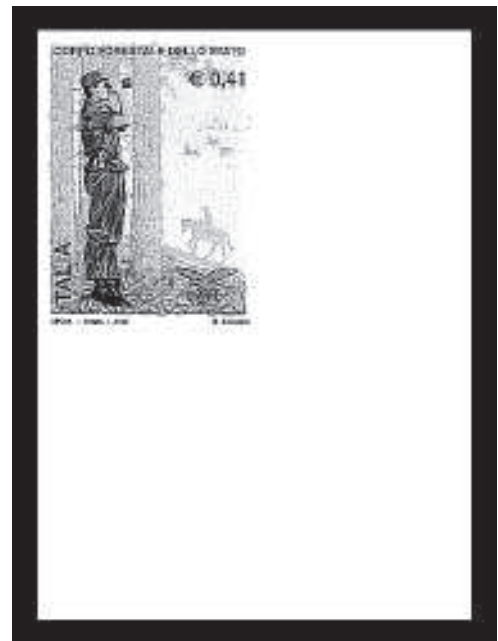
43A



43B



43C



44



47

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



PRESIDENZA DI CARLO AZEGLIO CIAMPI 2002



48B



48A



46



49

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



51

EDIZIONE «PROFESSIONALE»



50



52