

MILANO XL 2018 MOSTRA- DIMOSTRA

12-24 SETTEMBRE 2018

MILANO XL 2018, “MOSTRA - DIMOSTRA” DALLA COMPLESSITÀ ALLA SINTESI

Tra le figure letterarie più suggestive create da Jorge Luis Borges ci sono i cartografi di un immaginario e immenso impero, talmente precisi e appassionati che le mappe frutto del loro lavoro sono grandi esattamente quanto i luoghi ai quali si riferiscono e perdono quindi la loro funzione, che sarebbe quella, come per ogni mappa o carta geografica, di orientare e orientarsi. Un paradosso contenuto nel racconto “Del rigore della scienza” che ben si adatta a Milano XL. Lo scopo del progetto è restituire a quante più persone possibile un’idea, un’immagine, una mappa, appunto, del sistema moda del nostro Paese. E già la definizione *sistema moda* è riduttiva: parliamo di una filiera che va dai tessuti fino al prodotto finito che vediamo nei negozi o durante le sfilate, una filiera senza eguali al mondo, per completezza e qualità e che abbraccia tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria, oreficeria, conceria, occhiali e cosmetica. Presa nel suo insieme, la filiera “allargata” di quello che alcuni chiamano non Made in Italy, bensì “bello e ben fatto in Italia”, è il secondo settore manifatturiero del nostro Paese: ciò che si vede a Milano durante le fashion week donna e uomo organizzate dalla Camera Nazionale della Moda Italiana è solo la punta dell’iceberg. E torniamo al paradosso di Borges: impossibile fare una mappa dettagliata dove trovino spazio le circa 67mila imprese che compongono il sistema. Da qui la scelta di puntare sull’evocazione e le suggestioni, più che su elenchi, spiegazioni, semplici dati. I sei “cubi” che compongono Milano XL hanno questo scopo. Come ognuno di noi può testimoniare, numeri e persino immagini si possono dimenticare, quasi impossibile è non ricordare un’emozione. Grazie a un accordo di sistema, il **Ministero dello Sviluppo Economico**, il **Comune di Milano e Confindustria**, con la preziosa collaborazione e il supporto di **Agenzia ICE**, hanno dato concretezza e attuazione a un progetto, Milano XL appunto, che renderà la città il palcoscenico dei racconti delle filiere produttive di eccellenza e delle storie che rendono unico nel mondo il Made in Italy.

Il sottotitolo di Milano XL è però MOSTRA-DIMOSTRA. Perché? Semplice: i cubi, oltre a mostrare e raccontare per immagini e suoni, lasciano spazio anche alla concretezza e, per chi vorrà, alla riflessione. È il tema della sostenibilità infatti il fil rouge che attraversa i sei cubi e che soprattutto lega ogni singola azienda di ogni singolo settore del sistema moda italiano. Due i motivi della centralità della sostenibilità: il primo è che tutelare il pianeta, le persone, i territori riguarda tutti noi. Ora, adesso. Non solo per chi ha a cuore le generazioni future: i cambiamenti climatici e le incertezze sociali hanno effetti immediati e ognuno di noi può ritagliarsi un piccolo (grande) ruolo per fare una differenza positiva. Il secondo motivo, forse ancora più importante, è che la sfida della sostenibilità si vince solo cogliendola tutti insieme. La prima edizione di Milano XL, nel settembre 2017, si svolse a pochi mesi dalla nascita di Confindustria Moda, operativa dal gennaio di quest’anno. La seconda edizione, che vede anche la collaborazione di Assolombarda Confindustria Milano, Monza e Brianza, Lodi, nasce sotto questo grande ombrello, esempio abbastanza inedito, nel nostro Paese, della volontà di fare squadra. Impegno di sistema confermato dalla continuità tra il progetto Milano XL e i Green Carpet Fashion Awards della Camera Nazionale della Moda Italiana, l’associazione che rappresenta idealmente l’ultimo anello della filiera, i grandi marchi e le aziende che tutti conoscono per nome. I premi dedicati alla sostenibilità saranno consegnati al Teatro alla Scala in occasione della serata che segnerà anche l’ultimo giorno di fruibilità delle sei installazioni, i cubi, di Milano XL. Ma fino a quel momento il cubo allestito proprio in Piazza della Scala, quello che abbraccia molti temi, oltre alla sostenibilità, servirà anche da introduzione ai Green Carpet Fashion Awards. Le suggestioni che offre il sesto cubo sono affidate alle interviste di Alan Friedman.

I restanti cinque cubi sono il caleidoscopio di altrettanti settori e rimandano a loro volta a quelli contigui: Federorafi (gioielli), Anfao (occhiali), Cosmetica Italia, Unic (concerie italiane) e Milano Unica (tessuti) si raccontano grazie

a immagini, suoni, citazioni, brani di interviste e, certo, qualche numero. Ogni cubo ha una sua personalità, è spettacolo a sé e allo stesso tempo parte di un percorso che ogni visitatore, entrando e uscendo liberamente in pochi minuti, può costruirsi.

L'auspicio è che tutte le persone che li attraverseranno dal 12 al 24 settembre restino colpiti, magari impressionati, da quello che non conoscevano – o sapevano solo in parte – della moda italiana. Ma soprattutto ci auguriamo che portino con sé l'emozione e l'idea che le migliori esperienze umane, e persino, non sembri fuori luogo, economiche, sono quelle che nascono da trasparenza e condivisione.

“Grazie a questa seconda edizione di Milano XL - spiega il Sindaco di Milano Giuseppe Sala - diamo la possibilità a tutti i cittadini, agli amanti della moda e ai semplici curiosi di scoprire, durante la più importante fashion week dell'anno, la bellezza e l'eccellenza del saper fare italiano: dalla moda alla cosmesi, dall'occhialeria al gioiello, passando dal tessile alla calzatura sino al mondo degli accessori grazie ad un racconto che mette insieme tutti gli attori del mondo del Made in Italy. Un appuntamento reso possibile grazie a un grande gioco di squadra che vede insieme pubblico, privato e associazioni con l'unico obiettivo di promuovere in modo concreto e creativo l'immagine dell'Italia e del suo sistema moda nel mondo. Un sistema che vede coinvolte oltre 67 mila imprese e 600 mila addetti che ogni giorno, coniugando creatività, sapere artigiano e ricerca, realizzano il bello e il ben fatto che tutti ci invidiano”.

“Qualità, creatività, artigianalità e ricerca sono fattori qualificanti del nostro Made in Italy, che trova in Milano la sua miglior vetrina. Milano XL condensa al meglio tutto questo rivolgendosi non solo ai cittadini milanesi ma al mondo”, spiega l'Assessore al Commercio, Attività Produttive Moda e Design Cristina Tajani. “Come Amministrazione abbiamo creduto, sin dalla prima edizione, in questo progetto creativo che è anche un progetto di sistema: abbiamo bisogno infatti della massima collaborazione tra le istituzioni e gli operatori per sostenere la competitività dei settori produttivi, con le migliaia di lavoratori e le centinaia di imprese, che a partire dalla moda per arrivare al design rappresentano il Made in Italy”.

“Dato il grande interesse suscitato dalla prima edizione di Milano XL, anche quest'anno l'ICE ha deciso di sostenere l'iniziativa”, afferma il Presidente Michele Scannavini. “Promuovere la filiera italiana della moda a livello internazionale è sempre stato un nostro obiettivo ed è per questo che, oltre ad aiutare le principali fiere dei settori coinvolti, cerchiamo di aumentare la visibilità di progetti innovativi come Milano XL o i Green Carpet Fashion Awards, accomunati da un tema a noi molto caro: la sostenibilità nelle sue diverse declinazioni”.

“La seconda edizione di Milano XL conferma il successo del lavoro di squadra intrapreso dal Tavolo della Moda che rappresenta una best practice di collaborazione pubblico - privato”, ha commentato Licia Mattioli, Vice Presidente Confindustria per l'internazionalizzazione. “Sarà l'occasione per valorizzare le eccellenze della filiera della moda, dei comparti della cosmetica, gioielleria, occhialeria, pelletteria e tessuti attraverso cinque installazioni tematiche posizionate nei luoghi più significativi della città di Milano. Il filo conduttore della manifestazione sarà la sostenibilità, tema centrale per le imprese, che Confindustria sta sviluppando con un percorso di attività e azioni mirate”.

“La creatività è una caratteristica distintiva delle nostre imprese e coinvolge tutti i settori della manifattura: risalta nell'eccellenza dei prodotti come nell'innovazione dei processi”, ha dichiarato Alessandro Spada, Vicepresidente Vicario di Assolombarda. “Milano rappresenta il luogo ideale per raccontare questa bellezza. Moda e design rappresentano un assoluto punto di forza per questa città che, in questi ambiti, supera sia Madrid sia Barcellona sia Berlino. Basti pensare che il fatturato della filiera quest'anno raggiunge l'1,5% del totale economia dell'area metropolitana. Senza contare che Milano è senza dubbio tra le città più attrattive da un punto di vista culturale e artistico per il ricco palinsesto di mostre e spettacoli che offre durante tutto l'anno”.

KARLA OTTO | PRESS CONTACTS

Lia Brunati - lia.brunati@karlaotto.com - +39 02 655 69825

Sophie Kern - sophie.kern@karlaotto.com - +39 02 655 69857

Ludovica Cortesi - ludovica.cortesi@karlaotto.com - +39 02 655 69873