



MILANO & MODA

Lo stato dell'arte del sistema moda a Milano: a Palazzo Marino un convegno promosso dalla Fondazione Università IULM con il contributo dell'Assessorato alla Ricerca, Innovazione e Capitale Umano

Presentati il Position Book *M² Milano&Moda* e i risultati dell'*Indagine Esplorativa sulla Conoscenza e la Percezione del Fashion Institute of Milan*

Milano, 15 luglio 2008. Organizzato oggi a Palazzo Marino e promosso dalla *Fondazione Università IULM* con il contributo dell'*Assessorato alla Ricerca Innovazione e Capitale Umano* del Comune, il Convegno *Milano & Moda* si è posto l'obiettivo di fornire un quadro oggettivo sullo stato dell'arte del 'sistema moda' nel capoluogo lombardo.

Il Comune di Milano ha avviato una politica pluriennale finalizzata a sostenere i processi di innovazione. E' una strategia ad ampio raggio nell'ambito della quale il settore della moda è considerato di primaria importanza. Il binomio 'Moda-Milano' è ormai ampiamente consolidato ed ha una forte valenza economica ma anche culturale. In questo momento, il comparto è caratterizzato da un sistema di imprese che vede il consolidamento di quelle maggiori ma, al contempo, la discesa in campo di nuovi soggetti. Va inserito in questo scenario il consolidamento di un importante progetto del Comune per la realizzazione del *Fashion Institute of Milan*, un centro dedicato alla ricerca, all'innovazione e alla promozione della moda che sorgerà in zona Garibaldi-Repubblica.

Il Fashion Institute of Milan coinvolgerà partner e istituzioni diverse (e nello specifico: *Camera Nazionale della Moda Italiana*, il *Consorzio Interuniversitario Lombardo per l'Elaborazione Automatica - CILEA*, il *Consorzio Cattolica-Bocconi-Politecnico*, la *Fondazione Università IULM* e il *Centro Ricerche L.U.N.A. - Libera università delle Arti*) e mirerà, una volta operativo a tutti gli effetti, a raggiungere tre obiettivi principali:

- fungere da incubatore della Moda fornendo ai giovani stilisti emergenti servizi, spazi ed attrezzature per presentare le loro collezioni
- realizzare corsi di formazione professionali internazionali connessi al mondo della moda
- predisporre un portale che funga da piattaforma per la raccolta e la rielaborazione delle analisi di trend internazionali

"Il Comune di Milano - ha detto l'assessore alla Ricerca, Innovazione e Capitale Umano del Comune di Milano Luigi Rossi Bernardi - ha avviato una politica pluriennale di sostegno ai processi di innovazione. Tra questi quello della moda è stato considerato di punta per tre essenziali ragioni: innanzitutto per la sua connotazione strutturale nel profilo del brand della città. Dunque per aspetti che riguardano l'identità economica, ma anche l'immagine culturale della città e di un suo complesso quadro di fattori pubblici e privati con cui interagisce nello scenario competitivo internazionale e nell'immaginario collettivo internazionale. La seconda ragione - ha aggiunto l'assessore Bernardi - riguarda la fase storica attraversata da un sistema di imprese in cui, insieme al consolidamento del ruolo di quelle tradizionali, si affiancano nuovi soggetti e nuovi interessanti campi di ricerca e applicazione come ad esempio quello dell'uso di processi produttivi. La terza ragione è racchiusa nell'importante progetto del Comune per un centro di servizio e di promozione della moda".

“Fin da quando ho ideato il primo Incubatore della moda ho inteso aprire le porte a dei giovani che spero diventino gli Armani del futuro. Il Comune di Milano vuole investire sulla crescita di una nuova generazione di creativi che possa portare avanti il patrimonio del Made in Italy, traino dell'economia della città e di tutto il Paese. Per questo motivo l'Assessorato alle Attività produttive valorizza in modo significativo proprio le scuole di moda. Credere nei giovani vuol dire innanzitutto aiutarli a diventare imprenditori, affinché possano gestire la loro creatività in modo concreto. Il primato di Milano come capitale mondiale della moda nasce grazie alla capacità di unire la creatività e l'imprenditorialità.” – ha sottolineato Tiziana Maiolo, assessore alle Attività Produttive, Moda e Design del Comune di Milano

“Il convegno segnala un primo serio tentativo di far dialogare istituzioni, imprese, sistema professionale, università formazione e ricerca considerando la moda a Milano un mercato in cambiamento ma anche un bene pubblico. Quindi rispettando le dinamiche creative e di impresa ma anche stimolando politiche pubbliche per le necessarie sinergie, anche per la creatività serve la formazione e credo che in prospettiva il sistema universitario milanese debba dimostrare anche in questo campo di essere appunto sistema”. ha dichiarato Giovanni Puglisi, Rettore dell'Università IULM

“Sono molto soddisfatto – ha comunicato Mario Boselli Presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana - dell'attenzione che le istituzioni pubbliche ed in particolare il Comune di Milano, nella persona del Sindaco Letizia Moratti, stanno riservando alla Moda a favore di tutto il Sistema-Paese. Camera della Moda si è proposta al Comune di Milano come l'unico ente idoneo a poter gestire tutte le attività all'interno del The Fashion Institute of Milan e a questo proposito ha già attivato tutta una serie di iniziative sperimentali che poi confluiranno nell'edificio con un format consolidato e riconosciuto: dall'Incubatore della Moda per il supporto ai giovani, ai percorsi formativi di specializzazione, a iniziative culturali come la Mostra dedicata a Maria Callas”.

Il Convegno Milano & Moda

Il Convegno odierno è stata l'occasione per presentare il **Position Book M² Milano&Moda**, primo rapporto di studio dell'**Osservatorio per le politiche pubbliche sulla Moda a Milano della Fondazione IULM**. Nato con lo scopo di mettere in evidenza critica il contesto di un settore in via di sviluppo e cambiamento con particolare attenzione all'interazione fra le esperienze in atto a Milano e la globalità dei processi che riguardano la moda, il Position Book ha indagato su quattro specifiche aree di riferimento:

- *Storia e identità*
Milano come metabrand. Dalla ricognizione storica al posizionamento tematico
- *Mercato, imprese e consumi.*
Lo scenario imprenditoriale e il ruolo della tecnologia nel rapporto tra produzione e consumo
- *Comunicazione, promozione e attrattività.*
Politiche di marca e di comunicazione della moda
- *Modelli dell'offerta formativa.*
Le iniziative di formazione a Milano

In appendice ai testi che consentono di interpretare le dinamiche del settore, è stato anche riportato l'inventario dell'esperienza didattica e accademica che presso l'Università IULM ha avuto crescenti sviluppi attorno al grande tema della moda.

Il Position Book si chiude con la sintesi di una **ricerca** appena terminata in cui, per incarico dell'Assessorato Ricerca, Innovazione e Capitale Umano del Comune di Milano del Comune di Milano, la Fondazione IULM ha intervistato una selezione di operatori del settore della moda per indagare **sul livello di conoscenza e di percezione del Fashion Institute of Milan.**

Se è pur vero che dall'*Indagine esplorativa sulla conoscenza e la percezione del Fashion Institute of Milan* (presentata anch'essa oggi) emerge un grado di conoscenza del progetto piuttosto basso (con l'eccezione dei rappresentanti del mondo dell'informazione), occorre sottolineare che gli intervistati, da un punto di vista percettivo, ritengono l'iniziativa interessante e utile specialmente nell'ottica di raccogliere sotto uno stesso tetto funzioni diversificate. Il maggiore vantaggio di questo progetto è riconosciuto nella sua potenzialità di fungere come aggregatore di interessi e professionalità: un grande centro didattico e di relazione con il mercato.

Gli intervistati auspicano una maggiore apertura verso i mercati internazionali e il coinvolgimento nel progetto, al fianco della presenza istituzionale del Comune di Milano, di un maggior numero di enti nonché la collaborazione di un polo privato in grado di garantire una gestione manageriale.

È abbastanza diffusa l'idea che la **formazione** sia uno dei compiti più importanti a livello istituzionale. Su tale punto, infatti, si trovano d'accordo quasi tutti gli intervistati. Le **figure professionali** di cui emerge il bisogno sembrano essere quelle artigianali: gli stilisti, ad esempio, lamentano la mancanza di giovani modellisti, cucitori e tagliatori, persone in possesso di professionalità specifiche.

Complessivamente grande importanza viene riconosciuta alla possibilità che il *Fashion Institute of Milan* riesca a porsi come **incubatore** in grado di offrire reali opportunità ai giovani ma anche come **centro di servizi** non solo per gli stilisti emergenti ma anche per quelli già affermati.

Il tema della **ricerca sulla moda**, l'implementazione di osservatori e la possibilità di fornire consulenza sono ritenuti dalla maggior parte degli intervistati tra le funzioni più importanti della struttura. A ciò viene spesso collegata la possibilità di creare un archivio del materiale legato al mondo della moda: disegni, bozzetti, articoli, testi ma anche tessuti e modelli e materiale legato alle campagne pubblicitarie di moda.

La realizzazione del **portale** non riceve invece un consenso unanime. Alcuni intervistati si sono dimostrati entusiasti all'idea di poter condividere, grazie al Web, informazioni di vario tipo reperibili in ogni angolo del pianeta. Per altri invece si tratterebbe di un'iniziativa di relativo interesse che andrebbe ad impattarsi con numerosi siti analoghi già esistenti in rete.

Il programma del Convegno odierno ha previsto anche l'organizzazione di una tavola rotonda e di un workshop che, entrambi focalizzati sul progetto del Fashion Institute of Milan e sui suoi possibili sviluppi, ha visto la partecipazione di numerosi rappresentanti del mondo accademico, politico e istituzionale della città.

Per ulteriori informazioni:

Fondazione Università IULM
Tel. 02 891412696
segreteria@fondazione.iulm.it

Cantiere srl – Ufficio Stampa Università IULM
Francesco Pieri
Tel. 02.87383180 – 347.9648650
f.pieri@cantierecomunicazione.com

Donato Secchi
Ufficio Stampa Comune di Milano
Tel. 02.88456793
donato.secchi@comune.milano.it

Paola Arosio
Camera Nazionale della Moda Italiana
Tel. 02.7771081
paola.ariosio@cameramoda.it

Alessia Fattori Franchini
Addetta stampa Assessorato Attività Produttive, Moda e Design del Comune di Milano
Cell. 347.8455554
alessia.fattorifranchini@comune.milano.it