



A Milano la creatività è XL

Il macro evento collaterale alla fashion week, promosso dal MiSe e Agenzia Ice e costato 3,3 milioni di euro, racconta il lusso del bello e ben fatto in Italia attraverso un concept studiato da Davide Rampello e articolato in sette installazioni. «È il primo progetto che vede insieme tutti gli attori del sistema eleganza Italia, un'occasione importante che vuole rivendicare il primato del Made in Italy», ha detto a MFF il sottosegretario Scalfarotto. Attesa stasera l'inaugurazione

Sarà battezzato oggi *Milano XL-La festa della creatività italiana*, il maxi progetto collaterale alla fashion week di Milano moda donna, al via mercoledì 20, che vede insieme il MiSe-Ministero dello sviluppo economico, il Comune di Milano, Confindustria e Fondazione Altagamma con il sostegno di Agenzia Ice. Un'iniziativa, per cui sono stati investiti 3,3 milioni di euro, di cui il 75% coperto da Ice, che riscrive la storia del sistema lusso italiano

grazie alla collaborazione di tutte le organizzazioni leader dei settori legati al bello e ben fatto Made in Italy: Anfao con Mido per l'occhialeria, Cosmica Italia con Cosmoprof per il beauty, Federorafi per il gioiello, Milano Unica per i tessuti, Unico con Linea Pelle per il settore pelle e cuoio e **Fiera Milano** con Si Sposaitalia collezioni per il segmento bridal. Un grande evento dunque che sarà ufficialmente inaugurato questa sera alla presenza del Sottosegretario allo

sviluppo economico, Ivan Scalfarotto, dell'Assessore alle attività produttive commercio, moda e design del Comune di Milano, Cristina Tajani, del presidente di Agenzia Ice, Michele Scannavini, del vice presidente di Confindustria, Licia Mattioli, del presidente di Altagamma, Andrea Illy, del vice presidente vicario di Assolomarda, Alessandro Spada e del direttore

continua a pag. 11

segue da pag. 1

artistico del progetto, **Davide Rampello**. «Milano XL è il primo progetto che vede insieme tutti gli attori del sistema eleganza italiano, un'occasione importante che vuole rivendicare il primato del Made in Italy portando sotto i riflettori tutte le nostre eccellenze», ha detto a **MFF** Scalfarotto. «I settori dello stile che saranno rappresentati a Milano in settembre, tra fiere, sfilate, installazioni e altre iniziative, fatturano oltre 104 miliardi di euro, di cui 64 sui mercati esteri, e impiegano più di 600 mila addetti in 70 mila aziende lungo l'intera filiera. In questa occasione la politica ha fatto il suo lavoro creando un territorio di opportunità per le imprese. Milano XL è un progetto che replicheremo, secondo modalità diverse a febbraio, e contiamo di renderlo un appuntamento fisso ogni stagione». Gli ha fatto eco Scannavini: «Questo è forse il proget-

to più completo espresso dal **Tavolo della Moda**. Per la prima volta tutte le parti hanno lavorato per rendere straordinaria questa festa della filiera e della creatività. Ognuno ha fatto la sua parte mantenendo la propria individualità e aprendosi alla collettività con progetti. Milano XL è un ulteriore passo verso la riaffermazione della leadership dello stile Made In Italy agli occhi di tutto il mondo. L'export rappresenta già il 60% del fatturato delle nostre imprese del sistema moda e i dati sulle esportazioni dei primi mesi di quest'anno fanno sperare in una crescita ulteriore. Il nostro impegno è sostenere questa crescita». Rampello, in questa intervista a **MFF**, ha raccontato la genesi e i dettagli delle sei macro installazioni, cui si aggiunge quella allestita da **Fiera Milano** che invece è stata curata da **Maria Canella**, docente di Storia della moda all'**Università degli Studi di Milano**, e realizzata dall'associazione culturale **Memoria & Progetto**, su

concept grafico di **Lorenzo Gaetani**. **Come è nato il progetto di Milano XL e come è stato realizzato?**

Si tratta di un'iniziativa unica che riunisce in una grande festa l'eccellenza dei distretti manifatturieri italiani. Quando mi hanno proposto di lavorare a Milano XL mi è piaciuto subito lo spirito e il desiderio di raccontare la straordinarietà del Made in Italy in un contesto internazionale come la settimana della moda. Abbiamo iniziato a lavora a luglio coinvolgendo le migliori maestranze al mondo come **Mekane** che, non solo ha realizzato il **Padiglione Zero** di **Expo Milano 2015**, ma è anche il partner prediletto di big come **Martin Scorsese**.

Come è organizzato il percorso?

Abbiamo realizzato sei installazioni di cui cinque tematiche per manifattura: tessuti, gioielli, cosmetica, occhiali e pelle. Cinque mondi raccontati in maniera speciale, da vedere e ascoltare perché ogni setting ha anche una colonna sonora studiata ad hoc. A que-

ste cinque tappe si aggiunge la sesta, quella di via Montenapoleone, che è una sorta di summa theologiae con nove proiezioni che accompagneranno i visitatori in un viaggio attraverso la filiera produttiva italiana.

Il percorso parte con La Biblioteca dei Tessuti, a Palazzo della Ragioneria, creata da Milano Unica con il suo partner storico Smi-sistema moda Italia...

È una vera e propria biblioteca, una testateca, con 106 cassette in cui conoscere e scoprire tutta la tradizione italiana dei tessuti. Un'esperienza emozionante che vede anche l'uso di 300 metri di seta che svolazzano e riempiono lo spazio uscendo dalla facciata del Palazzo della Ragioneria

Il Salotto delle Gioie in Galleria Vittorio Emanuele realizzato con Federorafi come è articolato?

Abbiamo selezionato 20 opere d'arte magnifiche per riprodurle in una versione XL di cinque metri per comporre una galleria di ritratti dove il gioiello è stato rieditato tridimensionalmente. Il risultato è molto suggestivo e rappresenta l'estero di un ottagono che cela un mostra di gioielli originali (raccolti in collaborazione con **Vicenzaoro**, ndr) che ha il suo apice con il gioiello più

importante di tutti: la corona Ferrea.

Che caratteristiche avrà il Cosmo della Bellezza sulla facciata de La Rinascenza per Cosmoprof? con Cosmoprof?

Abbiamo chiesto a un premio Oscar del calibro di **Alessandro Bertolazzi** (premio ricevuto nel 2017 per il make-up di *Suicide Squad*, ndr) di realizzare 36 bozzetti che sono stati replicati su 1.200 maschere di cui 72 hand painted.

E poi Dressing the Face in Piazza San Carlo per Anfao con Mido...

Una torre alta 10 metri sorregge tre proiettori che raccontano la storia dell'occhialeria attraverso tre video. Il primo curato da **Giampiero Brunetta** con le scene più rappresentative della storia del cinema in cui l'oggetto occhiale è l'assoluto protagonista. Il secondo con cinque mila immagini più emblematiche dell'eyewear. E il terzo con un vero e proprio film incentrato sul racconto del ruolo che riveste l'occhiale nella contemporaneità.

Poi tocca a L'Ultimo Dono in Piazza Croce Rossa/Unic... Come è stato pensato?

Abbiamo allestito un telaio di 7 metri per 7 da conciatore, un Led wall che letteralmen-

te sembra galleggiare davanti al *Monumento a Sandro Pertini* di **Aldo Rossi** e sui scorre un film di dieci minuti che porta il visitatore attraverso la filiera della pelle.

Last but not least, Dalla Bottega alla Vetrina, il Cinema delle Arti e dei Mestieri in Via Montenapoleone?

Qui i palazzi si trasformano in giganti pareti di proiezione per nove film sull'eccellenza italiana. Racconti di arte e mestieri dalla tessitura alla filatura, dalla conciatura alla sartoria, dai mastri d'ascia all'oreficeria, dall'arte della vigna all'arte della distillazione, dalla stamperia all'ebanisteria. Si tratta di produzioni video-mapping che coinvolgono e tratteggiano un dizionario cinematografico sulle eccellenze.

A queste installazioni si aggiunge *Trionfo d'amore* nella Piazza d'Armi del Castello Sforzesco. Organizzato da **Fiera Milano** con **Si Sposaitalia collezioni**, il setting descrive la storia delle nozze attraverso abiti e accessori, gioielli e acconciature, ma anche architetture effimere, menu e inviti, tratti dalle preziose collezioni civiche della **Raccolta delle Stampe Bertarelli**, e fa da apripista alla **Milano bridal week** attesa nell'aprile del 2018. (riproduzione riservata)

Barbara Rodeschini

