

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 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, 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

12-24 SETTEMBRE 2018

MILANO XL 2018, “MOSTRA - DIMOSTRA” CONCEPT ARTISTICO

La manifestazione Milano XL 2018 affronta il tema della sostenibilità prendendo in esame tre dei suoi aspetti principali: eco-sostenibilità, sostenibilità sociale ed economia circolare. Titolo di questa edizione, nata sotto la direzione artistica di Luca Stoppini, è: “*Mostra - Dimostra*”. L'intento è duplice: il primo è quello di esporre prodotti di alta qualità realizzati dall'eccellenza del saper fare italiano; il secondo è di far conoscere e, appunto, dimostrare la sostenibilità dei metodi, dei criteri e dei sistemi produttivi delle aziende italiane.

La manifestazione prevede sei installazioni espositive collocate in luoghi strategici della città. Cinque di queste sono dedicate ad altrettanti settori merceologici e produttivi e alle associazioni e fiere che li rappresentano e che compongono Confindustria Moda, una “associazione di associazioni”.

La sesta installazione, ubicata in Piazza della Scala, esternamente ha un aspetto diverso dalle altre, perché vuole essere “*Manifesto informativo*” dell'evento e testimone della condivisione dei temi legati alla sostenibilità con Camera Nazionale della Moda Italiana che, anche quest'anno, in collaborazione con Eco-Age, organizza i Green Carpet Fashion Awards.

Intento di Milano XL è catturare l'attenzione di un pubblico trasversale, quello che transita e affolla le strade e le piazze del centro cittadino, e di produrre contenuti che sensibilizzino sulle problematiche legate alla sostenibilità, affrontate quotidianamente dalle aziende del sistema moda italiano per garantire un prodotto di alta qualità.

INSTALLAZIONI ESPOSITIVE

Si tratta di “mini padiglioni” di forma cubica (ogni lato misura 5 metri): tre delle pareti esterne sono rivestite di specchi che riflettono le architetture circostanti, danno leggerezza all'intera struttura e creano nuove e inconsuete prospettive visive per il pubblico.

La quarta parete esterna è un ledwall pensato per vedere il film “*Verde Milano*” del giovane regista Antonio Spanò. Un cortometraggio che affronta il tema dell'eco-sostenibilità e illustra un percorso attraverso i più celebri e preziosi giardini e spazi verdi nascosti della città, rivelando un'inaspettata e poco conosciuta Milano.

La proiezione del film viene ritmicamente interrotta da “*interferenze visive*” che identificano il settore merceologico di appartenenza di ogni padiglione e la sua localizzazione geografica.

I padiglioni possono essere attraversati dal pubblico secondo un orientamento stabilito e all'interno hanno una “*parete espositiva*” e una “*parete dimostrativa*”.

Ogni “*parete espositiva*” è composta da moduli esagonali che ricordano l'architettura dell'alveare, sintesi perfetta dei tre aspetti della sostenibilità sui quali si concentra Milano XL.

Ogni “*cella espositiva*” (i moduli esagonali) contiene una selezione di prodotti realizzati da aziende individuate in base al loro impegno sulla sostenibilità. Macro lenti d'ingrandimento scorrevoli inserite nella struttura permettono di vedere dettagli e particolarità dei singoli prodotti.

Ogni “*parete dimostrativa*” è un ledwall dove vengono proiettati video che potremmo definire aspirazionali e che illustrano l'aspetto glamour del mondo della moda, alternati a documenti che testimoniano il grande impegno sulla sostenibilità delle aziende italiane. La curatela dei video è stata affidata a professionisti del mondo dell'arte, dello spettacolo e della fotografia: il risultato sono video di grande emozione e impatto stilistico, integrati da contenuti giornalistici che presentano l'impegno per la sostenibilità delle aziende italiane, documentato da statistiche e dati.

DESCRIZIONE DEI CONTENUTI ALL'INTERNO DEI PADIGLIONI ESPOSITIVI

CUBO 116. MANIFESTO INFORMATIVO

Unicamente in questo caso, il padiglione è costituito da tre pareti esterne realizzate con un allestimento botanico e da una quarta parete, il già citato ledwall, dedicata alla proiezione del film “Verde Milano”, le cui “interferenze visive”, per la serata inaugurale del 12 settembre e per quella celebrativa dei Green Carpet Fashion Awards del 23 settembre, presenteranno una selezione speciale di immagini storiche appositamente fornite dall'Archivio Fotografico del Teatro alla Scala.

All'interno del padiglione sarà possibile ascoltare le video-interviste curate da Alan Friedman e legate ai temi della sostenibilità: le interviste sono ulteriore segno distintivo di questa edizione di Milano XL e hanno come protagonisti personalità italiane di spicco del mondo imprenditoriale, della moda e del design.

CUBO 216. GIOIELLI

Due mondi paralleli a confronto. Il primo è un universo, quasi surrealista, di stelle e pianeti rappresentati da una selezione di preziosi fatta dall'associazione di riferimento per il settore, Federoraf. Il secondo mondo, ideato e curato dalla critica d'arte Mariuccia Casadio, raccoglie immagini d'autore di vari periodi storici, ispirate all'universo o, se vogliamo, all'infinito di leopardiana memoria, che l'uomo vede sopra di sé.

Nella “parete espositiva” trovano spazio gioielli di vario tipo, tutti parte delle collezioni di aziende associate e selezionate da Federoraf.

CUBO 316. TESSUTI

Il percorso video di questo padiglione ha come protagonista l'eccellenza della manifattura italiana del tessile, raccontata in un collage tridimensionale in movimento di immagini, texture e colori, legate dal fil rouge della sostenibilità. La “parete dimostrativa” di questo cubo è un collage di tessuti selezionati da Milano Unica, fiera di riferimento per il settore, ed è una composizione che ricorda un paesaggio poliedrico e, come nel caso dei gioielli, surreale e reale allo stesso tempo. L'aspetto della sostenibilità sociale, in particolare, è rafforzato dalla presentazione, all'interno del cubo di Milano Unica, dei progetti della Fondazione Bracco, che ha un programma di formazione e inserimento nel mondo del lavoro, sempre in ambito tessile-moda, di extracomunitari provenienti da diversi Paesi.

Accanto alla selezione di tessuti, esposti in modo da garantire anche un'esperienza tattile, oltre che visiva, la “parete dimostrativa” ospita esempi di minuteria metallica, dai bottoni alle cerniere, passando per borchie e altri particolari che arricchiscono i tessuti e sono parte integrante della fiera Milano Unica.

CUBO 416. COSMETICA

Molteplici gli aspetti sostenibili della cosmetica affrontati in questa installazione. Uno di questi rivela l'impegno sociale del mondo della bellezza grazie all'iniziativa internazionale “Look Good, Feel Better” e alla sua edizione italiana “La Forza e il Sorriso”, realizzata sotto il patrocinio di Cosmetica Italia. Protagoniste dell'iniziativa sono donne colpite dal cancro e curate con la chemioterapia: un percorso indispensabile che, come è noto, ha molti effetti collaterali sull'aspetto fisico delle pazienti. Grazie all'aiuto di truccatori professionisti, ulteriormente formati per la particolarità del progetto, le donne imparano o re-imparano a truccarsi per affrontare gli effetti secondari delle terapie, rafforzando al contempo la fiducia in se stesse e trovando nuove energie per combattere la malattia.

Altro aspetto importante della sostenibilità al quale il mondo della cosmetica è molto sensibile è il rispetto per l'ambiente: documentato all'interno del cubo grazie, anche in questo caso, a contenuti giornalistici basati su dati e risultati della Ricerca e Sviluppo in cui sono impegnate le aziende italiane della cosmetica.

Questo è inoltre l'unico padiglione nel quale anche la “parete espositiva” diventa ledwall. Le materie prime e gli strumenti della cosmetica, immortalati negli anni da innumerevoli still life fotografici di Giovanni Gastel, diventano protagonisti di evoluzioni e giochi grafici in movimento. Filo conduttore di questi racconti per immagini è il colore.

CUBO 516. OCCHIALI

L'installazione è pensata come un incontro tra il teatro e la storia degli occhiali, diventati negli anni vero e proprio accessorio moda e segno di stile, oltre che volano economico per il distretto del Bellunese e per l'intero sistema moda italiano. La “parete dimostrativa” è una sorta di palcoscenico per presentare uno “spettacolo” ideato e diretto dal giovane regista teatrale Fabio Cherstich. I pezzi storici della collezione del Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore, curato da Laura Zandonella, sono i protagonisti di un racconto che, come accade nel cubo dei gioielli e in quello dei tessuti, usa elementi surreali per mostrare realtà, solidità e tradizione del settore degli occhiali.

La “parete espositiva” raccoglie una selezione, sempre dettata da criteri di sostenibilità, di modelli delle produzioni contemporanee selezionati da Anfao, associazione di riferimento di settore nonché organizzatrice della fiera annuale Mido.

CUBO 616. PELLE E CUIOIO

Oggetto dell'installazione è la sostenibilità ambientale, sociale e territoriale, della lavorazione e produzione dei diversi tipi di pelle destinati al mondo della moda e del design. Temi peraltro minuziosamente descritti nel documento "7 Racconti della Sostenibilità" redatto dall'associazione Unic-Concerie Italiane, che organizza Lineapelle, fiera di riferimento di settore e occasione per comunicare i progetti e le linee guida di Unic sulla sostenibilità. Studeo Group ha realizzato sei video-interviste ad altrettanti protagonisti della nuova generazione di conciatori italiani: la "parete dimostrativa" ospita un collage delle voci e visioni di questi imprenditori che stanno già tracciando, nel solco delle generazioni che li hanno preceduti, il futuro della conceria italiana, più che mai improntato alla sostenibilità nella sua accezione più ampia. A corredo del video, dati e statistiche a supporto del quadro generale di attenzione alla riduzione sistematica degli impatti ambientali e sociali della conceria. Anche in questo padiglione, nella "parete espositiva", è possibile avere un'esperienza tattile che permette una maggiore conoscenza diretta dei pellami e della minuteria metallica utilizzati nell'ambito della pelle. Questo settore sta alla base della realizzazione di innumerevoli prodotti di moda di altissima qualità e successo, realizzati in Italia da marchi e aziende italiane e da molte eccellenze francesi, che da sempre riconoscono alla filiera italiana del tessile-moda-abbigliamento la leadership mondiale per qualità e, potremmo aggiungere, sostenibilità.



Cubo 216. Gioielli



Cubo 216. Gioielli - Interno



Cubo 416. Cosmetica



Cubo 416. Cosmetica - Interno



12-24 SETTEMBRE 2018

LE IMPRESE IN MILANO XL 2018 CONFINDUSTRIA E I SUOI PARTNER

Con Confindustria partecipano alla seconda edizione di Milano XL: **Anfao** (occhialeria), **Cosmetica Italia**, **Federorafi**, **Unic** (pelle) e **Milano Unica** (tessuti) con il suo partner storico **SMI** (Sistema Moda Italia).

L'evento organizzato da Confindustria, Comune di Milano, ICE e Ministero dello Sviluppo Economico, animerà le piazze milanesi dal 12 al 24 settembre 2018, in concomitanza con la Settimana della Moda.

Si tratta di un progetto espositivo con installazioni in diversi luoghi della città realizzato in collaborazione con le principali associazioni di categoria di Confindustria del settore moda e design. Il filo conduttore quest'anno sarà la sostenibilità declinata in tutti i suoi aspetti.

Nella cornice della Settimana della Moda, anche l'abbigliamento, la calzatura, l'accessorio saranno protagonisti di un evento condiviso che farà di Milano il palcoscenico dell'intero comparto nella sua accezione più ampia di fronte agli operatori e ai media nazionali e internazionali.

Attraverso l'allestimento di installazioni e l'organizzazione di appuntamenti che animeranno la città nei suoi luoghi più belli, si racconterà la storia che c'è dietro alla realizzazione dei prodotti del Made in Italy per rappresentare una filiera allargata che, oltre all'abbigliamento, alla calzatura e all'accessorio in pelle, comprende la concia, i tessuti, l'occhialeria, la cosmetica e la gioielleria.

CONFINDUSTRIA

È la principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia, con una base che conta oltre 150 mila imprese per un totale di 5.440.125 addetti. L'attività dell'associazione è di garantire la centralità dell'impresa, quale motore di sviluppo economico, sociale e civile del Paese. Il valore aggiunto di Confindustria è quello della sua rete: una sede centrale a Roma, 221 organizzazioni associate sparse su tutto il territorio e una sede a Bruxelles, punto di riferimento per l'intero sistema Italia presso l'Unione Europea.

ANFAO - Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici

Con 133 imprese associate, ANFAO riunisce tutte le principali aziende italiane dell'occhialeria. Alla fine del 2017 il settore contava 17.284 occupati stabili a livello nazionale per un fatturato di 5.060 milioni di euro. È leader a livello mondiale nel segmento di fascia alta. Esporta oltre l'85% della sua produzione. Fa parte di Confindustria Moda, la nuova federazione della moda, del tessile e dell'accessorio che rappresenta l'eccellenza della manifattura italiana ed è membro di Eurom1, la Federazione Europea dell'Industria ottica e della Meccanica di precisione, che rappresenta i diversi interessi dell'industria dell'ottica e della meccanica di precisione e promuove la cooperazione fra gli Stati membri. ANFAO collabora con Certottica, l'Istituto Nazionale per la Certificazione dei Prodotti Ottici e organizza Mido, Milano Eyewear Show, la prima fiera al mondo del settore dell'ottica-occhialeria, con 1.305 espositori provenienti da tutto il mondo su una superficie espositiva di circa 52 mila metri quadrati netti e oltre 58 mila presenze di visitatori professionali internazionali che arrivano da oltre 150 Paesi.

COSMETICA ITALIA con COSMOPROF

Cosmetica Italia è l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche: conta tra le sue fila oltre 500 aziende

rappresentative del 95% del fatturato del settore cosmetico, vicino agli 11 miliardi di euro nel 2017 e superiore ai 15 miliardi se si considera l'intera filiera, dalle materie prime fino ai macchinari e all'imballaggio. In Europa, l'Italia è il quarto sistema economico della cosmetica dopo Germania, Regno Unito e Francia con 35 mila occupati, che salgono a 200 mila con l'indotto. Cosmetica Italia affianca le imprese cosmetiche nel loro processo di crescita confermandosi come punto di riferimento nell'elaborazione e diffusione di informazioni di carattere normativo, tecnico ed economico, e nello sviluppo del business in Italia e all'estero. È associata a Federchimica e fa parte di Cosmetics Europe, l'associazione europea della cosmesi.

È partner istituzionale di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione di settore leader in Italia e nel mondo con le sue declinazioni Cosmoprof North America a Las Vegas, Cosmoprof Asia a Hong Kong e Cosmoprof India a Mumbai.

A Cosmetica Italia sono legate anche Accademia del Profumo, per promuovere l'esclusività e la cultura della profumeria selettiva, Camera Italiana dell'Acconciatura, che sostiene la filiera di riferimento, e La forza e il sorriso Onlus, il progetto di responsabilità sociale per donne in trattamento oncologico.

FEDERORAFI - FEDERAZIONE NAZIONALE ORAFI ARGENTIERI GIOIELLIERI FABBRICANTI

Rappresenta le più dinamiche aziende industriali e artigiane del settore orafico argentiero e gioielliere italiano che operano soprattutto nei principali poli produttivi di Arezzo, Vicenza, Macerata, Milano, Valenza, Napoli. Il settore, con oltre 7 mila imprese, 31 mila addetti e un fatturato vicino agli 8 miliardi di euro l'anno (+11% rispetto al 2016), è un'eccellenza manifatturiera, leader per creatività, design, capacità di realizzare gioielli con un alto contenuto artigianale e manuale e insieme tecnologico. L'Italia è il primo produttore europeo, il terzo a livello mondiale. Oltre l'80% dei gioielli realizzati in Italia viene esportato nel mondo. Dal 2017 Federorafi è partner istituzionale per le iniziative internazionali settoriali di Italian Exhibition Group Spa, il provider fieristico che organizza anche le manifestazioni VICENZAORO e Oroarezzo.

MILANO UNICA - Salone internazionale dei tessuti/accessori di alta gamma

È la fiera del Sistema Moda. Concepita, organizzata e guidata da imprenditori, Milano Unica non è *profit oriented* ma ambisce a offrire la migliore visibilità internazionale al mondo tessile a favore dell'industria in un contesto altamente qualificato in linea con la qualità dei tessuti; inoltre, è attenta a valorizzare le imprese che hanno messo in campo scelte concrete per la salvaguardia dell'ambiente. I padiglioni di Milano Unica ospitano tutte le categorie di prodotto e garantiscono l'eccellenza della materia, la tradizione e la creatività italiane ed europee e la sensibilità alle tematiche sociali e ambientali. Al centro dell'attenzione materiali classici, high-performance, sostenibili e di lusso, ricami artigianali seducenti, stampe esclusive. Tessuti, bottoni, cerniere, nastri, pizzi, applicazioni diventano pezzi unici e funzionali alla finitura del prodotto, alla personalizzazione dei capi. Una galleria espositiva frutto del progresso tecnologico, fondata su una base solida di tradizione e storia. In questa iniziativa Milano Unica si inserisce con il suo partner storico **SMI - Sistema Moda Italia**, Federazione dell'Industria Tessile e Moda che, con oltre 400.000 addetti e più di 46.000 aziende, costituisce una componente fondamentale del tessuto economico e manifatturiero italiano. La Federazione rappresenta e promuove gli interessi delle aziende del settore a livello nazionale, europeo e internazionale.

UNIC - Concerie Italiane

Opera dal 1946 a tutela delle aziende associate ed è rappresentativa di un settore strategico, componente fondamentale del tessuto economico e manifatturiero italiano. Composto da piccole e medie imprese, sviluppatasi principalmente in 4 distretti: toscano, veneto, campano e lombardo. Le aziende aderenti rappresentano l'80% del fatturato globale del settore, stimato in 5 miliardi di euro, di cui il 75% di export. Promuove gli interessi della categoria, la rappresenta a ogni livello, ne favorisce l'innovazione, valorizza il suo ruolo sociale e ambientale, costituisce società commerciali funzionali al mercato settoriale. Aderisce a Confindustria, Confindustria Moda, alla Confederazione Europea dei Conciatori (Cotance) e al Consiglio Internazionale dei Conciatori (ICT). È parte attiva in diversi enti e istituzioni legate alla normazione e all'impegno socio-ambientale. Nel 2019 l'associazione terminerà il percorso per la certificazione del prodotto sistema qualità in accordo allo standard UNI EN ISO 9001, grazie a cui garantirà un miglioramento continuo dei propri servizi associativi.

CONFINDUSTRIA | PRESS CONTACTS

confindustriacomunicazione@confindustria.it - +39 06 590 3660

MILANO XL 2018 MOSTRA- DIMOSTRA

12-24 SETTEMBRE 2018

ANFAO

Le aziende italiane del settore occhialeria sono leader indiscusse nel mondo grazie alla secolare tradizione che vede in Italia il luogo di nascita dell'occhiale. Da sole o da vista, gli occhiali da meri dispositivi medicali o di protezione individuale sono diventati nel tempo un accessorio moda irrinunciabile e ricco di fascino. Oggi la maggioranza degli occhiali di fascia medio-alta in vendita a livello globale è prodotta da aziende italiane che si basano su un sapiente mix di artigianalità, creatività e innovazione per continuare ad esprimere un'eccellenza ineguagliata. Pur essendo un prodotto a basso impatto ambientale, sia dal punto di vista dello smaltimento che dei processi produttivi, anche nel settore occhialeria sono state recepite le istanze provenienti dalla crescente e diffusa sensibilità ambientale ed ecologica, cui le aziende italiane hanno reagito in modo vario e stimolante. La selezione si è basata su i tre temi principali: eco-sostenibilità, sostenibilità sociale ed economia circolare per evidenziare quei progetti/prodotti che hanno fatto leva, da un lato al ricorso a materiali naturali o a basso impatto ecologico, come polimeri ottenuti dal mondo vegetale o plastiche di origine naturale, materiali biocompatibili e riciclabili, dall'altro alla ridefinizione dei processi produttivi per ridurre gli scarti di lavorazione ed eliminare fasi di produzione a maggiore impatto ambientale come la galvanica e la verniciatura. Dal punto di vista della sostenibilità sociale, si è prestato attenzione al modo di operare delle aziende nei rapporti con i dipendenti, i fornitori, i clienti, l'ambiente circostante e l'eco-sistema umano e sociale in cui sono inserite, premiando la valorizzazione del know-how tradizionale e l'innovazione sostenibile e armoniosa.

A cura di **ANFAO**, Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici (www.anfao.it)
in collaborazione con **MIDO**, Milano Eyewear Show (www.mido.it)



ANFAO E MIDO | PRESS CONTACT

Federica Andreoli - f.andreoli@anfao.it





12-24 SETTEMBRE 2018

COSMETICA ITALIA - ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE COSMETICHE
CON **COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA**

Il tema della sostenibilità rappresenta una sfida e un'opportunità per l'intero settore cosmetico: se affrontato con serietà e consapevolezza può trasformarsi in un fattore di successo in grado di incrementare la competitività e l'innovazione aziendali, oltre che la reputazione.

Le imprese sono sempre più impegnate nell'individuazione di tecniche di produzione rispettose dell'ambiente che permettano di ridurre le emissioni di CO₂, il consumo di acqua e di energia, limitando la produzione di rifiuti lungo l'intero ciclo di vita del prodotto e utilizzando materiali più sostenibili anche per gli imballaggi. La transizione verso nuovi modelli di produzione e di consumo sostenibili offre notevoli opportunità per un comparto strategico come quello della cosmesi che occupa, solo in Italia, oltre 200 mila addetti.

Attraverso un progetto collettivo di responsabilità sociale del settore, Cosmetica Italia patrocina dal 2006 La forza e il sorriso Onlus, versione italiana del programma internazionale *Look Good Feel Better*, impegnata nella realizzazione di laboratori di bellezza gratuiti a favore di donne in trattamento oncologico sull'intero territorio nazionale. L'obiettivo è quello di aiutare le partecipanti a fronteggiare gli aspetti secondari delle cure, accompagnandole verso il recupero di autostima e senso di benessere.

Cosmoprof Worldwide Bologna è da anni impegnato a dare visibilità alle imprese eco-sostenibili, che espongono all'interno di aree speciali.

Nel 2019, saranno proprio la sostenibilità e l'economia circolare il filo conduttore della manifestazione. Cosmoprof e Cosmopack presenteranno "Pure Factory & Sustainable Experience", progetto che coinvolge tutti i player dell'industria beauty, dai produttori di ingredienti alle aziende di formulazione, dai produttori di macchinari a quelli di packaging e di design: tutti insieme nella realizzazione di un cosmetico eco-certificato. "Pure", allestito all'interno di Cosmopack nel Padiglione 19, è il primo esempio per Cosmoprof di produzione sostenibile partendo dal "polimero rigenerato", con certificazione "Carbon Foot Print", che definisce specificamente i criteri dei prodotti naturali e biologici. A Cosmoprof 2019 non mancheranno tavole rotonde, seminari e talk focalizzati sulle nuove tecnologie adottate dalle aziende cosmetiche per rispondere all'esigenza sempre più concreta di riduzione dell'immissione di inquinanti e d'impatto ambientale dei processi produttivi, alla presenza di agenzie di trend, opinion leader ed esperti internazionali.



COSMETICA ITALIA | PRESS CONTACT

Benedetta Boni, tel.: (+39) 02.281773.48 - 333.8785084 - benedetta.boni@cosmeticaitalia.it
Francesca Casirati, tel.: (+39) 02.281773.47 - 340.1711105 - francesca.casirati@cosmeticaitalia.it



COSMOPROF | PRESS CONTACT

Paolo Landi - paolo.landi@cosmoprof.it
Arianna Rizzi - +39 02 454708 253 - arianna.rizzi@cosmoprof.it



12-24 SETTEMBRE 2018

CONFINDUSTRIA FEDERORAFI

Ogni gioiello italiano va oltre il suo valore.

L'intero settore orafa, argentiero e gioielliero del Belpaese ha infatti da tempo definito come priorità strategiche la tracciabilità, la certificazione, il commercio etico, la tutela ambientale, il rispetto del diritto-dovere al lavoro, la difesa della salute. Questo primato virtuoso, sempre più apprezzato dagli acquirenti internazionali, è valso nel 2017 un export complessivo di 6,6 miliardi di euro con un incremento pari al +11,5%. Questi elementi completano i punti di forza della manifattura Made in Italy quali il design, la creatività, la tradizione, l'heritage e l'artigianalità, così come l'ingegno tecnologico per innovare processi e prodotti.

È italiana (Italpreziosi) la prima azienda di affinazione che ha avviato, oltre 10 anni fa, un progetto rivolto all'oro etico ed è italiano (Bulgari) il più grande sito produttivo europeo costruito secondo i criteri di Leadership in Energy & Environmental Design.

Federorafi, oltre ad aderire al Responsible Jewellery Council (RJC) - l'organizzazione internazionale no-profit impegnata a definire gli standard orafi in materia CSR e conformi alle linee guida OCSE -, ha sottoscritto nel 2012 con il Ministero dello Sviluppo Economico il Memorandum of Understanding per promuovere la sostenibilità. Oggi sono più di 170 le aziende orafe nazionali che hanno intrapreso questo percorso per certificare la provenienza delle materie preziose da aree "conflict free" e combattere lo sfruttamento del lavoro anche minorile, anticipando il recente Regolamento Europeo in materia. È altresì "conflict free" la provenienza dei diamanti utilizzati nei gioielli Made in Italy attraverso la loro conformità alla certificazione internazionale del Kimberley Process.

La gioielleria, per il valore intrinseco dei metalli e materiali utilizzati, è forse il settore che per primo ha estremizzato i concetti dell'economia circolare ed è quindi per eccellenza il mondo in cui vi è da sempre il più accurato recupero e riutilizzo di gemme e metalli. Inoltre preserva l'ecosistema e la tradizione, come ad esempio nel corallo, utilizzando innovative tecniche di acquacoltura per perle e mitili preziosi, messe a punto da organismi internazionali (CIBJO): risorse rinnovabili per nuove opportunità di impiego.

Infine, Italian Exhibition Group, con il format VICENZAORO, la più importante vetrina internazionale per il gioiello italiano, è il primo provider fieristico accreditato presso il Consiglio Economico e Sociale delle Nazioni Unite (ECOSOC) per l'implementazione delle attività relative alla Corporate Social Responsibility nella filiera della gioielleria.

Le aziende selezionate per Milano XL 2018 (ANNARATONE JEWELRY, ANTONINI, BEDIN GALVANICA, CASTRONUOVO GIOIELLI, CHRYSOS, GERARDO SACCO, GIOVANNI FERRARIS, MATTIOLI, MAYUMI, NANIS, OFFICINA BERNARDI, PASQUALE BRUNI, PERUFFO JEWELRY, PESAVENTO, QUADRIFOGLIO, ROBERTO GIANNOTTI, ROSMUNDO, SILO, UNOAERRE e VENDORAFA) rappresentano simbolicamente, attraverso il valore materiale, qualitativo ed estetico degli oggetti esposti, tutti i valori etici della filiera del gioiello italiano.

(1) dati Centro Studi Confindustria Moda su base Istat

(2) linee guida OCSE: Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas

(3) RJC: organizzazione internazionale no profit <https://www.responsiblejewellery.com/>

(4) CIBJO: The World Jewellery Confederation <http://www.cibjo.org/>



FEDERORAFI | PRESS CONTACT

Nadia Gatti - info@federorafi.it - +39 02 58316111 - +39 3295943908

web: www.federorafi.it - Facebook: <https://www.facebook.com/Federorafi>

MILANO XL 2018 MOSTRA- DIMOSTRA

12-24 SETTEMBRE 2018

MILANO UNICA

L'industria della moda è impegnata a sviluppare la ricerca creativa e della miglior qualità su tessuti e accessori utilizzando materiali e tecnologie rispettose dell'ambiente e che non mettono a rischio il futuro del pianeta.

La competitività e la reputazione delle imprese è oggi inscindibile dalla capacità di produrre non solo creatività e qualità, ma anche innovazione per la sostenibilità. Le filiere di produzione più competitive offrono soluzioni che migliorano la sostenibilità dei materiali e rafforzano l'identità dei marchi di successo della moda che hanno incorporato i valori della sostenibilità nella visione strategica: la riduzione dell'impatto ambientale è una componente imprescindibile della qualità dei prodotti.

Nel 2018, con il progetto dell'Area Sostenibilità, Milano Unica ha offerto alle aziende del settore tessile/abbigliamento un'importante piattaforma espositiva e informativa. Come ha dichiarato il Presidente di Milano Unica Botto Poala l'approccio sostenibile alla produzione è *"un passaggio fondamentale, una priorità per l'intera filiera tessile e una grandissima opportunità"*.

Il progetto dell'Area Sostenibilità di Milano Unica è fondato su un attento lavoro di ricerca e di analisi e sulla volontà di coinvolgere e valorizzare tutte le imprese che hanno messo in campo scelte concrete per la salvaguardia dell'ambiente.

La risposta delle imprese al progetto è estremamente positiva, con un'adesione altissima, a testimonianza concreta del fatto che l'industria tessile/abbigliamento ha assunto la sostenibilità come impegno deciso e permanente.



MILANO UNICA | PRESS CONTACT

Maurizio Ribotti - m.ribotti@milanounica.it - +39 02 66103 820



ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Ministero dello Sviluppo Economico

Milano



Comune di Milano



CONFINDUSTRIA

MILANO
XL
2018
MOSTRA-
DIMOSTRA

12-24 SETTEMBRE 2018

UNIC CONCERIE ITALIANE E LINEAPELLE

La pelle italiana, rappresentata da *UNIC Concerie Italiane*, è la pelle più bella e sostenibile del mondo.

Vale oltre 5 miliardi di euro all'anno: il 20% del fatturato globale.

È un vero esempio di circolarità: il suo utilizzo di materie prime recuperate dall'industria alimentare sfiora il 100%.

Vive la sostenibilità come una missione identitaria: è superiore al 4% annuo l'incidenza dei costi di gestione del suo approccio sostenibile, oltre il doppio rispetto a 15 anni fa.

È etica: investe in modo incrementale in percorsi certificati di tracciabilità e considera come asset imprescindibili la salute e la sicurezza dei suoi addetti e dei territori dove genera lavoro e ricchezza.

La pelle italiana, grazie alla sua altissima espressione innovativa e creativa, è la base stilistica su cui poggia il successo globale della fashion & luxury industry e trova il suo più alto momento di promozione e condivisione in LINEAPELLE: la business experience globale di riferimento per il settore che si svolge a Milano due volte all'anno. La 95° edizione è in programma a Fieramilano Rho dal 25 al 27 settembre 2018.



LINEAPELLE
INTERNATIONAL LEATHER FAIR

UNIC E LINEAPELLE | PRESS CONTACT

Via Brisa, 3

20123 Milano (Italy)

Tel: +39 - 02 - 880771.1

Fax: +39 - 02 - 860032

Websites: www.unic.it - Email: unic@unic.it | Email: milano@lineapelle-fair.it



Ministero dello Sviluppo Economico

Milano



Comune
di Milano

