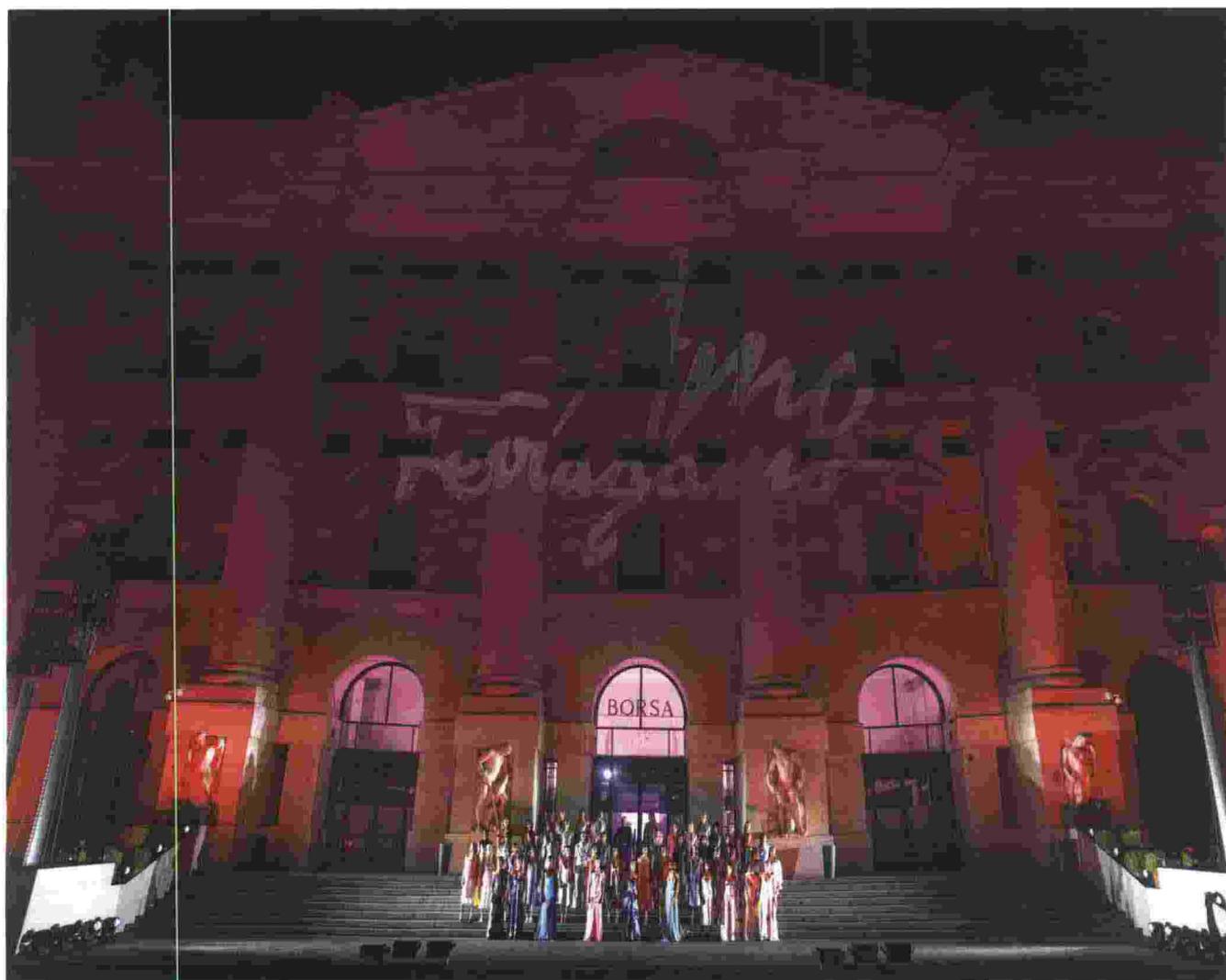


SALVATORE FERRAGAMO



MILANO RENAISSANCE

DI ALICE MERLI

Dopo Expo 2015, la capitale lombarda si è risvegliata per vivere una seconda giovinezza. Il comparto moda realizza oggi un business di 20 miliardi di euro all'anno confermandosi l'infra vitale per il Made in Italy. La scommessa per il futuro si apre non solo sulla spinta dell'export ma anche sulla sinergia tra i maggiori attori del fashion, in un dialogo continuo tra brand, storia e modernità. Una nuova identità, una seconda giovinezza, un Rinascimento postindustriale. In qualsiasi modo lo si voglia definire, il cambiamento evolutivo che sta inve-

stendo Milano è una certezza più che mai tangibile. Complice l'effetto Expo, la città si è trovata al centro di una fervida attività di trasformazione che ha toccato tutti i suoi segmenti più forti, a partire dal fashion. E sono proprio gli ultimi numeri relativi al business della moda della capitale lombarda a confermare la dinamicità dell'industria. Secondo un'elaborazione della Camera di commercio di Milano, su dati registro imprese e Istat 2017 e 2016, il comparto vive grazie a 13 mila imprese specializzate in produzione e commercio nella città, per un valore annuale di fatturato di circa 20 miliardi di euro, che rappresen-

ta quasi un quinto dei 108 miliardi di ricavi che la moda realizza in tutta Italia. Per questo la metropoli continua a far gola ai Paesi oltreconfine, classificandosi prima in Italia per esportazioni: nei primi 6 mesi del 2017 l'export del fashion di Milano nel mondo è cresciuto del 13% per 3,25 miliardi di euro grazie in primis a Stati Uniti (+27,1%), Hong Kong (+17,5%) e Cina (+27,3%). «Milano è un punto di accesso a tutto il sistema moda italiano, è una vetrina eccezionale, è sede dei principali brand italiani, ha un sistema formativo importante, una rete molto estesa di showroom e un'atmosfera cosmopolita», ha spiegato

MISSONI



MILAN RENAISSANCE

The city is experiencing a second youth in the name of public-private partnerships by Alice Merli

After Expo 2015, the capital of Lombardy has reawakened to live a second youth. The fashion compartment now generates a business of 20 billion euro a year, confirming its role as the lifeblood of all things Made in Italy. The challenge for the future regards not only export but also the synergy between the main players in the world of fashion, in a constant combination between brands, history and modernity. A new identity, a second youth, a post-industrial renaissance. Whatever you want to call it, the evolutionary change taking place in Milan is a more tangible certainty than ever before. Aided by the Expo effect, the city has found itself at the centre of a fervid transformation that has touched its strongest segments, starting with fashion. And the latest figures relating to Milan's fashion business confirm the industry's dynamics. According to an elaboration by Milan Chamber of Commerce of the data from the business registry and Istat 2017 and 2016, the sector is fuelled by 13 thousand companies specialised in production and trade in the city, for an annual sales turnover value of about 20 billion euro, which represents almost one fifth of the 108 billion revenue from all Italian fashion. This is why the city continues to attract foreign countries, ranking first in Italy for exports: in the first six months of 2017, Milan's fashion exports grew 13%, with a value of 3.25 billion euro, thanks primarily to the United States (+27.1%), Hong Kong (+17.5%) and China (+27.3%). "Milan is an access point for the whole Italian fashion system. It's a remarkable showcase, home of the main Italian brands, with an important training system, a very extensive network of showrooms and a cosmopolitan atmosphere", explains Ivan Scalfarotto, undersecretary to the Ministry of Economic

LA CITTÀ STA VIVENDO UNA SECONDA GIOVINEZZA NEL SEGNO DI NUOVE SINERGIE

Ivan Scalfarotto, sottosegretario al Ministero dello Sviluppo economico. Accanto ai numeri, sono tantissimi i progetti che negli ultimi due anni hanno riscritto la nuova era meneghina. A fare da cornice a questo percorso è stata l'opera di riqualificazione della città che ha visto un miglioramento importante del tessuto urbano dopo Expo. Quello che conta essere un appuntamento fisso della città in futuro e simbolo della collaborazione tra gli enti è il modello di Milano XL-La festa della creatività

italiana, maxi appuntamento di fiere ed eventi di eyewear, gioielleria, beauty e tessile da 3,3 milioni di euro di investimento andato in scena lo scorso settembre. L'iniziativa, che ha reso omaggio all'eccellenza dei distretti manifatturieri italiani, ha accolto per la prima volta sotto un'unica regia TheMicam, Mipel, Milano moda donna, TheOneMilano, Super e White grazie al dialogo tra il MiSe-Ministero dello sviluppo economico, il Comune di Milano, Confindustria e Fondazione Altagamma con il sostegno

di Agenzia Ice. «La competizione internazionale e i cambiamenti epocali in questo settore impongono un continuo ripensamento delle strategie di internazionalizzazione. A queste variabili si deve rispondere con un approccio unitario, siamo gli unici al mondo ad avere una filiera di eccellenza completa», ha sottolineato Scalfarotto. «Milano XL ha generato una energia positiva da tutti riconosciuta e l'energia è il volano dello sviluppo. Fare sistema è vitale per l'ecosistema moda». Ma l'evoluzione sta pas-

米兰文艺复兴

这个城市正在经历以公私合作为标志的第二个青春期
撰文: ALICE MERLI

在经过2015年世博会之后,伦巴第首府已经唤醒了她的第二个青春期。今天,时尚产业每年创造价值200亿欧元的生意,这也确立了意大利制造的重要地位。面对未来的挑战,不仅要扩大开放推动出口,更要推动时尚产业巨头间的协同合作,促进品牌、历史与现代特色之间的持续对话,新的身份,第二个青春期,后工业文艺复兴,不管你想如何定义它,比以往任何时候都更加明确的是米兰正在经历剧烈变化。世博会的效应复杂化,从时尚中心,整个城市一直处于激烈改革的开始,整个城市已触及到城市的强势产业。此仅仅以伦巴第首府时尚业最新的数据,来证明这个行业的活力。根据2017年度和2016年度米兰商会的详细统计,以及商业登记数据和国家统计局统计数据,该行业在米兰蓬勃发展的,全市共有13000多家从事时尚生产和贸易的公司,每年的营业额约为200亿欧元,几乎相当于意大利时尚业总收入1080亿美元的五分之一。米兰的出口额居意大利出口的首位,因此

