



Moda: non solo arte, ma anche mestiere.

7 giorni di kermesse.

75 sfilate.

Più di 90 presentazioni.

Centinaia di giornalisti, buyer, fotografi e modelle che invadono Milano e animano decine di eventi.

I numeri di *Milano Moda Donna* sono sempre impressionanti: anche per l'edizione Autunno/Inverno 2010/2011, in programma a Milano dal 24 Febbraio al 2 Marzo 2010, i riflettori di tutto il mondo saranno puntati (al di là delle polemiche contingenti) sulle passerelle dei grandi stilisti che universalmente rappresentano l'eccellenza del prêt-à-porter italiano.

Il capo che sfila in passerella, tuttavia, è solo l'ultimo tassello di un complicato puzzle organizzativo, creativo, produttivo e culturale: non solo alla genialità degli stilisti, infatti, si deve il successo della moda italiana nel mondo, ma anche al talento e alla passione dei numerosi maestri d'arte che operano lungo tutta la filiera della moda (presente nel nostro Paese nella sua interezza), assicurandone l'altissimo livello qualitativo per il quale è famosa.

Pertanto il "bello ben fatto", spesso citato dal Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana Mario Boselli, è un'opera corale che si nutre di creatività, fantasia e audacia, ma anche di ricerca, di tecnica e di savoir-faire: seguendo questa intuizione, la **Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte** ha commissionato al Centro di ricerca "Arti e mestieri" dell'Università Cattolica uno studio su quanto e in che misura i mestieri d'arte contribuiscano all'eccellenza del Made in Italy.

Gli esiti della ricerca sono stati pubblicati nel volume "**Mestieri d'arte e Made in Italy. Giacimenti culturali da riscoprire**", edito da Marsilio Editori. L'opera prende in esame 24 settori iconici del Made in Italy, tra cui naturalmente la moda e il tessile, al fine di indagarvi il ruolo tuttora vitale - e in molti casi insostituibile - dei maestri d'arte.

Ne è emersa una realtà decisamente interessante: la moda, vero "petrolio" del Made in Italy, genera un fatturato che vola oltre i **50 miliardi di Euro**, impiegando oltre **mezzo milione di persone** divise in un prisma di professioni che, scriveva Molière, ha mille facce: non solo stilisti e mannequin, ma anche sarti, modellisti, guantai, ricamatori, cappellai, fotografi, visual merchandiser, specialisti dei bottoni, della lingerie e delle calze, e così via.

Numerosi i poli produttivi localizzati lungo tutta la Penisola: oltre al fulcro Milanese, dove hanno sede la maggior parte di Marchi più prestigiosi e le riviste più importanti, vi è lo storico distretto dei *guantai* a **Napoli**, la produzione di *cappelli* ad **Alessandria** e a **Montappone**, i *ricamatori* lombardi ed emiliani, il distretto dei *bottoni* tra la **Valcaleggio** e **valle dell'Oglio**, il distretto degli *occhiali* nel **Bellunese**, e così via. Senza contare gli storici distretti del tessile.

E se le professioni di stilista o direttore creativo risultano piuttosto inflazionate, il mercato richiede a gran voce professionisti preparati nell'ambito delle occupazioni più legate al mondo dei mestieri: *sarti*, in primo luogo, la cui abilità è indispensabile al prestigio dei numerosi brand italiani che in tutto il mondo rappresentano l'eccellenza della confezione su misura da uomo.

All'altissima richiesta di sarti si aggiunge quella di *modellisti*, *ricamatori* e, in generale, di figure che sanno dare un'applicazione pratica al loro talento e alla loro creatività: figure che **non sempre la scuola riesce a formare**, sebbene Milano sia forse la città al mondo con il maggior numero di scuole di moda.

Proprio per far fronte alla domanda in primo luogo interna di professionisti specializzati, brand come **Brioni** hanno aperto una propria scuola di sartoria, mentre **Bottega Veneta** finanzia presso la Scuola d'arti e



mestieri di Vicenza un corso per gli artigiani che desiderano imparare la difficile arte dell'*intrecciato* (particolare tecnica di lavorazione del cuoio, tipica del Marchio).

Alla vigilia di una nuova settimana della moda, è particolarmente significativo rimarcare la rilevanza dei maestri d'arte nel mondo della moda: figure spesso defilate, silenziose e discrete, ma decisamente fondamentali per il raggiungimento di quell'eccellenza e di quello stile che in tutto il mondo vengono associati alla moda Made in Italy.

Leggi l'intervista al ricamatore Pino Grasso sul sito di Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte:

www.fondazionecologni.it/FCMA/index.php?id=152

Ufficio Stampa:

Aida Partners Ogilvy PR _ 02/89504650

Alessandro Norata – alessandro.norata@aidapartners.com;

Antonella Guzzardi – antonella.guzzardi@aidapartners.com