



MILAN : UN PÔLE DE LA MODE

Par Marianna D'OVIDIO et Valentina PACETTI



BIOGRAPHIES :

Marianna d'Ovidio, docteur en études urbaines, est professeure associée en Sociologie de l'environnement et du territoire au département de sociologie et recherche sociale de l'Université de Milano-Bicocca. Ses recherches portent sur l'économie urbaine, le secteur culturel et créatif, la créativité, la production artistique et culturelle, l'innovation sociale et culturelle et en particulier sur leur interaction avec les transformations urbaines, le développement local et la gouvernance urbaine.

Valentina Pacetti est professeure agrégée en sociologie des processus économiques et du travail dans le département de sociologie et recherche sociale à l'Université de Milan-Bicocca. Ses recherches portent sur l'évolution des pratiques de travail, la planification des politiques publiques et le développement local.



La compétitivité italienne va traditionnellement de pair avec ses systèmes de production fondés sur l'artisanat, au sein desquels les petites et grandes entreprises ont vu leur rôle se renouveler. Le cas de l'industrie de la mode à Milan ne fait pas figure d'exception. Le système de la mode d'aujourd'hui trouve sa source dans l'histoire italienne et plus spécifiquement dans celle de Milan. Après la Seconde Guerre mondiale, le Plan Marshall américain a joué un rôle crucial en soutenant l'industrie textile italienne, ainsi que les secteurs du textile et de l'habillement, principalement concentrés dans le nord-ouest, notamment autour de Milan. Puis, durant le boom économique des années 1960, le secteur du design industriel a émergé dans l'économie milanaise, orientant la richesse économique vers les ressources culturelles. Parallèlement, les secteurs des services de communication (édition, publicité, télévision) se sont consolidés dans la ville. Ces dynamiques ont contribué à la création d'un écosystème de la mode solide, intégrant le design, la production textile et vestimentaire, ainsi que l'ensemble des services associés¹⁶².



>> Boutique Prada dans la Galerie Vittorio Emanuele II (Milan), première boutique ouverte en 1913 par son créateur Mario Prada.

Ce succès repose sur la localisation à Milan d'une chaîne de production multifacette, alliant haute qualité, traditions séculaires et capacité à fusionner la culture locale avec l'innovation et la créativité¹⁶³. Ce modèle intègre harmonieusement le design, la fabrication, l'innovation et l'artisanat traditionnel. Un tel écosystème renforce la résilience de l'industrie de la mode à Milan, comme le montre la rapidité avec laquelle elle a surmonté la pandémie de COVID-19. Selon un récent rapport de la Chambre de Commerce de Milan, malgré une baisse de 2,9% du nombre d'entreprises actives dans le secteur de la mode dans les provinces de Milan, Monza, Brianza et Lodi à la suite de l'épidémie, le secteur a bien rebondi. Entre 2020 et 2021, les exportations, principalement destinées aux États-Unis, à la Chine, à la France, à la Corée du Sud et au Royaume-Uni, ont augmenté de 38,8%. En 2022, plus de 12 500 entreprises étaient actives dans ce secteur, dont 5 000 dans la fabrication et 7 500 dans le commerce de détail et de gros. Ce système se distingue par la présence de grands groupes renommés, comme Armani et Prada dans le design et Bassetti dans le textile, tout en étant soutenu par de nombreuses petites et moyennes entreprises.

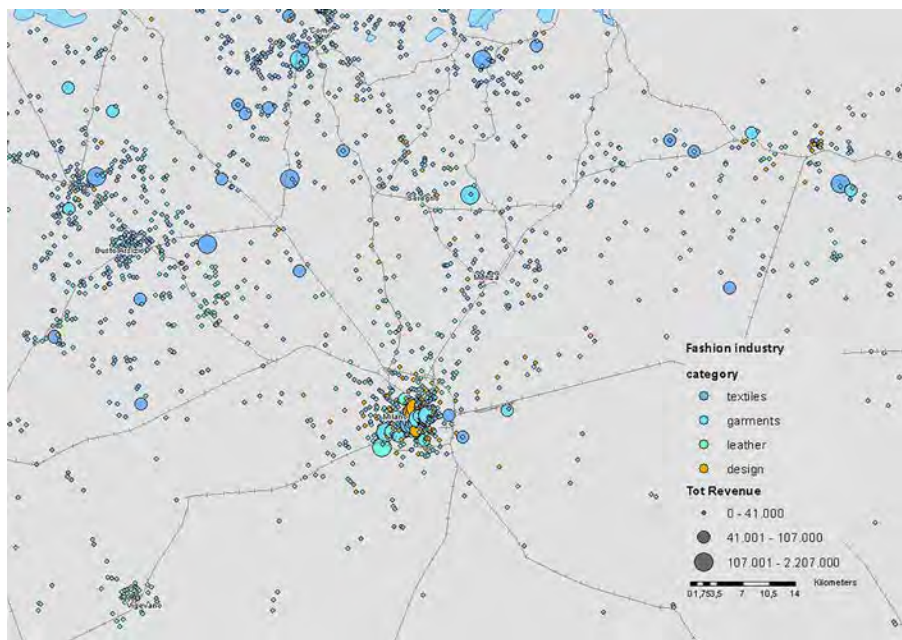
162/ White, Nicola. *Reconstructing Italian Fashion : America and the Development of the Italian Fashion Industry*, Berg, 2000

163/ d'Ovidio, Marianna. « The Field of Fashion Production in Milan : A Theoretical Discussion and an Empirical Investigation », *City, Culture and Society*, vol. 6, no. 2, 2015, pp. 1-8

LA GÉOGRAPHIE DU SYSTÈME DE LA MODE MILANAISE

La géographie du système est organisée de manière territoriale, avec la production symbolique et conceptuelle – à savoir les activités de design des maisons de mode – concentrée dans la ville de Milan, tandis que la production matérielle s'étend sur des agglomérations denses autour de Milan, dans les districts industriels traditionnels et historiques. C'est le cas, par exemple, de la production de soie autour de Côme ou de la fabrication de chaussures à Vigevano, pour ne citer que ces deux exemples. Le système de production de la mode milanaise (SPMM) couvre une superficie de 4 000 à 5 000 km² et génère un cinquième de la richesse de Milan, tant directement qu'indirectement (Figure 14).

Figure 14
Carte de l'industrie textile à Milan et en Lombardie en 2013



Cette carte montre la localisation des entreprises de design, textile, vêtement et production de cuir actives dans la zone de Milan. Elle montre également les revenus de chacune d'entre elles. (Source : AIDA - Bureau Van Dijk, 2013. Réalisation : d'Ovidio, 2015)



© Christopher Macsurak, CC BY 2.0.

>> Défilé Roberto Cavalli, collection automne-hiver 2022-2023, présenté à la Fashion Week de Milan en février 2022.

La production de tissus, vêtements et accessoires a subi d'importantes transformations au cours des dernières décennies, en grande partie en raison des effets d'un processus de délocalisation massif, notamment vers l'Inde, la Chine, le Maroc, la Turquie, l'Amérique du Sud et l'Est de l'Europe, ne laissant en Italie que la production de la plus haute qualité. L'une des raisons de la résilience du SPMM réside dans la relation complexe et multiforme entre deux niveaux territoriaux. Alors que la région autour de Milan abrite un système de production local solidement ancré, spécialisé dans la fabrication de vêtements, de textile et de cuir, la ville de Milan, quant à elle, centralise les activités de création de mode, coordonne l'ensemble du système et assure son internationalisation.

La créativité et l'innovation à Milan résultent d'une forte intégration sociale, culturelle et politique, tout en étant simultanément alimentées par des relations et des retours d'information continus qui opèrent entre différentes échelles. La ville fonctionne comme un système à la fois ancré localement et connecté globalement, où les institutions parviennent à « stabiliser » l'économie locale tout en la mobilisant à l'échelle mondiale. Milan a développé un haut degré de densité institutionnelle¹⁶⁴ dans de nombreux domaines, grâce à des réseaux informels créés par les acteurs économiques et à des organismes institutionnels formels, tels que les autorités locales et les associations, parmi lesquelles la célèbre Chambre Nationale de la Mode Italienne (Camera Nazionale della Moda Italiana). En effet, la ville est souvent présentée comme une métropole mondiale ou la porte d'entrée de l'Italie dans l'arène globale¹⁶⁵.

La ville de Milan est un centre international de premier plan, non seulement pour l'industrie de la mode, mais aussi pour sa vie sociale et économique. De nombreuses entreprises internationales, telles que Google, Amazon, Nestlé ou Accenture, y ont établi leur siège. Sa bourse figure parmi les plus influentes d'Europe. Les théâtres emblématiques, comme La Scala et le Piccolo Teatro, ainsi que des centres d'exposition prestigieux tels que la Fondation Prada dynamisent la vie culturelle de la ville. Milan est également un centre mondial du design, abritant des entreprises italiennes leaders dans ce domaine, telles que Kartell

164/ Amin, A., et Nigel Thrift, « Institutional Issues for the European Regions: From Markets and Plans to Socioeconomics and Powers of Association », *Economy and Society*, vol. 24, no. 1, 1995, pp. 41-66
Raco, Mike. « Assessing 'Institutional Thickness' in the Local Context: A Comparison of Cardiff and Sheffield », *Environment and Planning A*, vol. 30, no. 6, 1998

165/ Perulli, Paolo. *The Urban Contract : Community, Governance and Capitalism*, Routledge, 2016

ou Artemide et des institutions de renom, comme l'Association pour le Design Italien et le Musée du Design de la Triennale. En tant que carrefour du système global de la mode, Milan offre aux entreprises locales une visibilité accrue, une reconnaissance internationale et des opportunités d'internationalisation. Elle leur permet également un accès privilégié aux services de communication, aux magazines et médias spécialisés (*Vogue*, *Cosmopolitan*, *Vanity Fair*, etc.), ainsi qu'aux salons commerciaux et événements d'envergure internationale, tels que la Fashion Week de Milan, Milano Unica ou le *Salone Internazionale del Mobile*.

LE RÔLE DE LA VILLE DE MILAN EN TANT QUE HUB

Le système de production de la mode milanaise peut être compris comme un écosystème intégré localement, mais reterritorialisé dans un cadre global élargi. Il est capable de passer de l'échelle hyper-locale à l'arène mondiale sous diverses formes. Ce modèle, fondé sur la créativité et l'innovation, évolue aisément entre ces différentes échelles, mettant en évidence une force résidant autant dans son enracinement local que dans sa portée globale. Ces dimensions, loin de s'opposer, se révèlent complémentaires et doivent être analysées dans leur interdépendance.

Dans toutes les économies créatives et particulièrement dans celle de la mode milanaise, l'innovation et la créativité occupent une place centrale. À Milan, cette dynamique est orchestrée par un mouvement continu de création et de diffusion. La ville agit comme un catalyseur, reliant la créativité locale à la scène mondiale à travers des événements comme des salons et des expositions. En parallèle, elle introduit des idées nouvelles issues du contexte global dans les réseaux locaux et régionaux. Par exemple, des recherches ont montré que l'innovation, tant dans les produits que dans les procédés, émerge souvent de la collaboration entre les producteurs locaux et les marques influencées par les tendances mondiales¹⁶⁶. En ce sens, Milan joue un rôle clé dans la coordination de multiples sphères – des institutions locales enracinées, un gouvernement régional, ainsi qu'une chaîne de production et de consommation internationale – dont la synergie est essentielle pour maintenir une compétitivité globale.

Ainsi, la puissance du système milanais dépasse largement une simple concentration géographique d'activités liées à la mode. Il s'agit d'un réseau complexe et interconnecté, coordonné en grande partie par Milan elle-même. Cette agglomération d'activités est profondément liée à des fondations sociales, culturelles et politiques, tandis que les dynamiques globales ajoutent une couche

166/ D'Ovidio, Marianna et Valeria Pacetti, « Milano, Hub Creativo per il Sistema Moda », *Sociologia Urbana e Rurale*, vol. 121, 2020.

D'Ovidio, Marianna et Valeria Pacetti, « The City as a Creative Hub : The Case of the Fashion Industry in Milan, Italy », dans *Creative Hubs in Question : Place, Space and Work in the Creative Economy*, éd. Rosalind Gill, Andy C. Pratt, et Tarek E. Virani, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 281-298



>> Boutique Versace, Via Montenapoleone, rue la plus importante du quartier de la mode de Milan connu sous le nom *Quadrilatero della moda*.

de complexité nécessitant une coordination efficace pour exceller sur la scène internationale.

Ces fonctions de coordination opérées par la ville peuvent être conceptualisées à travers l'idée de hub¹⁶⁷. Ce concept décrit un centre capable de gérer des flux variés : personnes, marchandises, idées, savoirs ou autres ressources. Dans la littérature récente, les hubs créatifs sont perçus comme des moteurs de croissance et d'innovation pour l'économie créative locale.

En tant que hub de la mode, Milan joue plusieurs rôles essentiels. Elle met en lumière les créations artisanales locales sur la scène mondiale grâce à des défilés, des publications internationales et des collaborations stratégiques. Simultanément, elle canalise les tendances et informations globales vers les districts industriels locaux via un maillage dense de partenariats, échanges et voyages.

Le rôle de hub s'étend également à la connexion de différents réseaux. Par exemple, Milan relie des entreprises spécialisées dans la production de cuir ou de soie à des fabricants de machines, des créateurs de mode à des artisans locaux, ou encore des écoles professionnelles à des académies internationales de renom. Enfin, elle soutient des sphères culturelles variées, en associant la tradition artisanale et la confection à l'innovation artistique.

L'IMPORTANCE DES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Le cas de Milan illustre de manière éloquent le rôle clé des villes en tant que connecteurs dans le cadre des politiques de développement local. Ces politiques doivent non seulement intégrer les ressources et atouts locaux, mais également répondre à la nécessité de connexions à diverses échelles. Une telle coordination doit s'enraciner profondément dans la société locale et s'inscrire dans des stratégies multiples, adaptées au territoire et soigneusement planifiées.

167/ Virani, Tarek E. « Re-Articulating the Creative Hub Concept as a Model for Business Support in the Local Creative Economy : The Case of Mare Street in Hackney », *Creativeworks London Working Paper*, no. 12, 2015

168/ Lash, Scott, and John Urry, *Economies of Signs and Space*, Sage Publications, 1994

Les politiques de développement local sont ainsi appelées à relever des défis globaux tout en favorisant un développement économique durable, tant sur le plan social qu'environnemental. Toutefois, leur efficacité repose sur leur capacité à s'adapter au contexte spécifique de chaque territoire, en valorisant ses atouts et en tenant compte de ses singularités. L'intégration de l'économie dans la sphère sociale, politique et culturelle s'avère primordiale et nécessite des approches politiques ciblées et innovantes. Dans le contexte actuel marqué par l'accélération de « l'économie des signes et de l'espace »¹⁶⁸, les districts industriels locaux risquent de périliter s'ils restent isolés. Il est donc indispensable d'imaginer un avenir où l'économie mondiale repose sur des districts interconnectés et des pôles créatifs capables de relier la production locale à l'échelle mondiale par des voies multiples. Ce modèle pourrait redéfinir en profondeur les approches en matière de développement local.

Le secteur de la mode milanais constitue un exemple frappant de cette dynamique. Il tire sa compétitivité non seulement de la capacité de Milan à se positionner comme une métropole mondiale, mais aussi des compétences artisanales enracinées dans ses systèmes de production locaux. Face aux défis contemporains, une politique efficace doit articuler les niveaux global et local. D'une part, les politiques urbaines doivent continuer à renforcer l'attractivité de la ville pour les ressources matérielles et immatérielles. D'autre part, elles doivent soutenir activement le tissu de production local grâce à des instruments performants, capables de valoriser, préserver et innover l'ensemble du système complexe de valeur ajoutée qui fait sa richesse : savoir-faire artisanal, culture du travail, capital symbolique et savoirs accumulés.



GUCCI