



## Eccellenza Italiana

Comune di Milano  
Direzione Lavoro, Giovani e Sport  
Direzione di Progetto Economia Urbana, Moda e Design  
Via S. Tomaso 3a - 20121 Milano  
Pec: [innovazione.economica@pec.comune.milano.it](mailto:innovazione.economica@pec.comune.milano.it)

### PROPOSTA DI COLLABORAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO MADE IN MILANO DAYS EDIZIONE 2025

Il sottoscritto **BROCCA MARCO PREMIO SILVIO** in qualità di rappresentante legale di **Eccellenza Italiana srl**, con sede legale in **Via G.B. Pergolesi, 8 - CAP 20124, P.IVA/CF 12281420963**, Mail [info@eccellenza-italiana.com](mailto:info@eccellenza-italiana.com), Sito internet <https://eccellenza-italiana.com/>, Tel **02.6704758**, è interessato a realizzare, in collaborazione con il Comune di Milano, l'evento **Made in Milano Days edizione 2025**, a tal fine presenta la proposta progettuale che segue.

La prima edizione del **Made in Milano Days** ha riscosso un grande successo grazie a un format coinvolgente, diffuso sul territorio e capace di valorizzare l'anima artigiana della città. Oltre 70 realtà manifatturiere hanno aperto le proprie porte al pubblico, offrendo esperienze autentiche, laboratori, visite guidate e dimostrazioni dal vivo. L'esperienza realizzata con il Comune di Milano ha consentito una diffusione capillare dell'iniziativa nei quartieri e favorito una partecipazione ampia e trasversale.

Tra i principali punti di forza della prima edizione vi sono stati l'approccio esperienziale, la qualità del racconto online, curato da Eccellenza Italiana, e la capacità di rendere l'artigianato accessibile e attrattivo anche per le nuove generazioni. Il coinvolgimento dei cittadini, insieme a una forte presenza sui social e nei media, ha reso il Festival un'occasione concreta per riscoprire il Made in Milano e un format replicabile per le prossime edizioni.

Il proponente è altresì disponibile a una collaborazione che, sugli stessi presupposti, possa essere estesa anche ad anni successivi, nell'ottica di rendere Made in Milano Days un appuntamento ricorrente, come altri che già si tengono con cadenza annuale in Città.

Il sottoscritto dichiara infine:

- di svolgere attività coerenti con le finalità del Comune di promozione e valorizzazione dell'artigianato e della manifattura;
- di essere in possesso dei requisiti generali di cui agli artt. 94 e 95, del D.lgs. n. 36/2023
- di avere esperienza triennale nella progettazione e realizzazione di progetti simili; e di avere un fatturato globale nel triennio 2022-2023-2024 pari a euro €669.807,00
- di essere in regola con gli obblighi relativi alle disposizioni in materia di sicurezza e protezione dei lavoratori e di impegnarsi all'osservanza delle normative vigenti in materia, per la realizzazione dell'evento.





## Eccellenza Italiana

### PROPOSTA PROGETTUALE

#### 1) **Presentazione dell'operatore e delle esperienze pregresse attinenti alla proposta**

Eccellenza Italiana è una società leader nella promozione dell'artigianato e dei prodotti Made in Italy, nonché un punto di riferimento per gli amanti dell'Italia con una community di oltre 800.000 follower sui principali social network. La nostra missione è promuovere il ricambio generazionale nelle aziende della manifattura e dell'artigianato, raccontando l'eccellenza italiana in tutte le sue forme. Valorizziamo le tradizioni, le innovazioni e le persone che rendono unico il nostro Paese, attraverso una combinazione di canali social, progetti ed eventi dedicati.

Visto il successo riscosso della prima edizione del Made in Milano Days, che ha contato 2.500 partecipanti ai laboratori e con oltre 400 partecipanti all'evento finale, l'intenzione è di consolidare l'iniziativa come appuntamento annuale e valorizzare ancora di più il saper fare artigiano della città.

L'esperienza di Eccellenza Italiana nell'organizzazione di eventi nasce con il Festival del Made in Italy, un appuntamento annuale ideato e curato in ogni dettaglio. Giunto alla sua seconda edizione, il Festival è nato a Milano con l'obiettivo di valorizzare le imprese italiane e coinvolgere le nuove generazioni nei settori chiave del Made in Italy — dalla moda al design, dal food all'automotive. Patrocinato dal Comune di Milano e dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, il Festival si è affermato come un format innovativo capace di unire contenuti culturali, esperienze immersive e networking di qualità. Le due edizioni hanno registrato oltre 4.500 partecipanti e una copertura mediatica di oltre 10 milioni di utenti unici per evento. Questa esperienza ci ha permesso di consolidare un saper fare unico nel progettare eventi capaci di unire aziende, istituzioni e pubblico giovane, con una particolare attenzione al racconto dei valori identitari del Made in Italy. Successivamente a tale esposizione abbiamo curato eventi di medie e grandi dimensioni in tutta Italia.

In questi progetti Eccellenza Italiana non si occupa solo di progettazione, produzione e allestimento, ma gioca un ruolo fondamentale anche nella comunicazione, garantendo il successo dell'evento e la partecipazione attiva del pubblico attraverso campagne mirate e promozione efficace.

Abbiamo inoltre un network consolidato di artigiani con cui collaboriamo stabilmente, anche nella creazione di contenuti per i social, per valorizzare il loro lavoro e coinvolgere una community sempre più ampia.

#### 2) **Concept dell'evento**

**Il Festival del Made in Milano Days** ha l'ambizione di coinvolgere il pubblico in un percorso di riscoperta del valore della manifattura, dell'artigianalità e dell'identità produttiva milanese. L'iniziativa mira ad avvicinare le giovani generazioni al mondo della manifattura urbana, mettendo





## Eccellenza Italiana

in luce il dialogo tra saperi tradizionali e innovazione, attraverso esempi concreti di reinterpretazione della tradizione grazie all'uso di nuove tecnologie e approcci contemporanei.

Il nostro obiettivo, però, non si limita solo ai più giovani, l'intento è di coinvolgere i milanesi di tutte le età, offrendo loro l'occasione di riscoprire la città attraverso il lavoro, la creatività e le storie degli artigiani che la rendono viva ogni giorno.

L'edizione 2025 si svolgerà presumibilmente il 21, 22 e 23 novembre e coinvolgerà l'intera città di Milano. Sarà un evento diffuso, che vedrà la partecipazione di oltre 100 realtà manifatturiere, pronte a condividere con il pubblico i propri processi produttivi, la propria creatività e il saper fare che le contraddistinguono.

La selezione delle aziende partecipanti seguirà criteri specifici, dovranno essere realtà produttive radicate nel territorio, orientate alla sostenibilità e capaci di raccontare un'autentica storia di Made in Milano. Inoltre, per garantire una rappresentanza equilibrata, le imprese saranno distribuite in modo omogeneo tra quartieri e settori produttivi.

Per la seconda edizione, ci piacerebbe anche collaborare con realtà già attive sul territorio, integrandoci con eventi e iniziative esistenti, portando al loro interno la presenza e le proposte degli artigiani.

### 3) Modalità di realizzazione

Durante i tre giorni del Festival, i partecipanti potranno vivere esperienze uniche, organizzate secondo precisi criteri di localizzazione, calendario e orari. Ogni utente avrà la possibilità di scegliere l'ambito produttivo di interesse e il tipo di attività a cui desidera prendere parte. Le esperienze saranno articolate in tre format principali:

- **Laboratori artigianali:** piccoli gruppi da 15 persone verranno guidati dagli artigiani nella scoperta dei mestieri del fare, con l'opportunità di cimentarsi direttamente con strumenti, materiali e tecniche tradizionali.
- **Visite guidate:** in gruppi di circa 25 partecipanti, sarà possibile esplorare botteghe e laboratori per approfondire il funzionamento dei processi produttivi e conoscere le storie dietro ogni realtà.
- **Live show:** dimostrazioni dal vivo in cui gli artigiani si esibiranno in location selezionate, offrendo al pubblico uno sguardo autentico sulle loro abilità e sulla maestria artigiana. Gli eventi potranno svolgersi direttamente all'interno delle aziende, per valorizzare il contesto produttivo, oppure in collaborazione con spazi, media locali e sostenitori, così da ampliare la visibilità e raggiungere nuovi pubblici.





## Eccellenza Italiana

Per quanto riguarda la partecipazione delle imprese, durante i laboratori, avranno la possibilità di vendere direttamente i propri prodotti, creando un'occasione concreta di valorizzazione economica del proprio lavoro.

A conclusione del programma, l'**evento finale** sarà un momento celebrativo pensato per valorizzare le imprese partecipanti: premieremo la migliore PMI per ciascuna categoria, riconoscendo l'eccellenza, l'innovazione e l'impatto del loro lavoro. A seguire, l'evento offrirà un'occasione di networking tra le 100 PMI partecipanti e gli altri attori coinvolti nell'iniziativa, favorendo scambi professionali, nuove collaborazioni e opportunità di sviluppo.

Durante i giorni del Festival, lo staff di Eccellenza Italiana sarà presente nei vari luoghi dell'evento con un presidio a rotazione, per garantire assistenza e assicurare che tutto si svolga senza intoppi. Inoltre, saranno presenti fotografi e videomaker professionisti incaricati di documentare le attività, raccogliere contenuti visivi e costruire il racconto post-evento.

Nel mese di ottobre, una volta aggiornati il sito web e materiali visivi, si darà il via alla promozione online. La comunicazione si concentrerà principalmente sui canali social, sfruttando sia la community già attiva di Eccellenza Italiana, con oltre 800 mila follower, sia campagne mirate su Instagram e TikTok.

La partecipazione al Festival sarà completamente gratuita per i visitatori. Eccellenza Italiana si occuperà anche della cura dell'immagine coordinata, dei materiali grafici e dell'identità visiva del progetto, che verranno sviluppati in accordo e in collaborazione con il Comune di Milano, per garantire coerenza e valorizzazione del territorio.

L'obiettivo è di arrivare a più di 5.000 partecipanti all'evento anche tramite il coinvolgimento di numerosi event partner con attività già in essere all'interno della città di Milano come: Fondazione Cologni, Milano Music Week, Ape Milano, Est Radio, Magazzini Generali, Altagamma, Scuola Galdus, BASE Milano, Qromo, Club Joy e tanti altri.

#### 4) **Strategia di promozione e comunicazione dell'evento**

Sia il Festival che il progetto Eccellenza Italiana condividono la missione di rinnovare l'immagine dell'artigianato e della manifattura, rendendoli più attrattivi per le nuove generazioni. Per raggiungere questo obiettivo, la comunicazione punterà fortemente sui canali digitali, con l'intento di mettere in risalto il legame tra la tradizione produttiva milanese e l'innovazione, sia nei processi che nella progettazione e nella comunicazione dei prodotti.

Per garantire la partecipazione attiva di cittadini e imprese al Festival del Made in Milano, è già disponibile il portale online dedicato. Il sito presenterà una homepage introduttiva sull'iniziativa e una sezione dedicata alle attività in programma. Gli eventi saranno consultabili e filtrabili per data, orario, quartiere e categoria merceologica, in modo da facilitare la scelta e la pianificazione da parte del pubblico.





## Eccellenza Italiana

Il portale rappresenta il cuore organizzativo dell'evento: da un lato consentirà agli utenti di iscriversi facilmente alle esperienze desiderate, dall'altro sarà lo strumento di coordinamento con le oltre 100 realtà artigiane coinvolte. Dopo aver selezionato l'esperienza e l'orario preferito, ogni utente potrà registrarsi creando un profilo personale (inserendo nome, cognome, email e password), necessario per partecipare alle attività. Inoltre implementeremo il sito affinché ogni artigiano segni le presenze in modo da avere un conteggio effettivo dei partecipanti.

In ogni quartiere sarà attivato un Info Point, ospitato all'interno di una bottega artigiana. Questi spazi fungeranno da punti di riferimento per il pubblico: offriranno informazioni sul programma degli eventi e orientamento sulle attività presenti nella zona.

Ogni bottega o laboratorio aderente riceverà materiali promozionali per attirare l'attenzione dei passanti e contribuire alla visibilità complessiva dell'iniziativa. In particolare, i totem saranno posizionati all'esterno delle botteghe e segnaleranno con chiarezza lo svolgimento delle attività durante tutte e tre le giornate.

La campagna di comunicazione del Festival prenderà il via ad ottobre, una volta completato il caricamento delle esperienze sul sito, e proseguirà fino a novembre. Produrremo una serie di video promozionali: alcuni saranno girati in studio e racconteranno gli obiettivi e i contenuti del Festival; altri, invece, verranno realizzati direttamente con gli artigiani, che mostreranno le esperienze e i laboratori che proporranno. Questi video entreranno a far parte delle rubriche già attive sui canali social di Eccellenza Italiana, dove gli artigiani raccontano abitualmente il proprio lavoro.

A partire da due settimane prima dell'inizio del Festival, attiveremo anche una campagna stampa a livello regionale e nazionale, coinvolgendo media tradizionali. La comunicazione offline sarà rafforzata anche grazie alla collaborazione con i partner dell'evento, che potranno supportare la diffusione dei materiali promozionali e contribuire alla visibilità dell'iniziativa attraverso le proprie reti.

### 5) Risultati attesi

Prevediamo un coinvolgimento di 100 realtà diffuse per tutta Milano, che proporranno al pubblico oltre 300 esperienze inedite tra workshop, visite guidate e laboratori per far riscoprire ai cittadini milanesi l'artigianato per la manifattura locale, dove sono previsti oltre 5.000 partecipanti.

Due giorni dopo la conclusione del Festival, invieremo a tutti i partecipanti un questionario realizzato con Typeform, utilizzando l'elenco di email raccolto tramite il portale. Il form consentirà agli utenti di esprimere opinioni e suggerimenti sull'esperienza vissuta durante le tre giornate. I feedback raccolti saranno fondamentali per valutare l'impatto della prima edizione e per apportare miglioramenti in vista di una possibile edizione futura.





Durante la fase di promozione dell'evento, monitoreremo costantemente i dati relativi alle iscrizioni e al comportamento degli utenti per ottimizzare le campagne social in corso, rendendole sempre più efficaci e mirate.

Al termine dell'iniziativa, verrà elaborato un report finale che conterrà i numeri ufficiali relativi alle iscrizioni, alla partecipazione effettiva e alla copertura mediatica raggiunta. Questo documento ci permetterà di analizzare i risultati ottenuti, valutare il successo complessivo dell'evento e condividerne l'esito con tutti i partner coinvolti nel Festival del Made in Milano Days.

## 6) Piano economico della proposta

### *Budget per macrovoci*

MACROVOCI	TOTALE (netto IVA)
ORGANIZZAZIONE	€27.400,00
REALIZZAZIONE (allestimenti, gadget, sito web,ecc.)	€22.800,00
COMUNICAZIONE (online e offline)	€23.600,00
Costi Totali	€73.800,00

Per la realizzazione di questa ambiziosa edizione 2025 di Made in Milano Days, prevediamo di coprire con nostre risorse e di altri possibili sostenitori circa il 60% del budget previsto.

Proponiamo pertanto al Comune di collaborare a questa iniziativa dall'elevato valore per la città sia mediante la partecipazione alle spese, sia contribuendo alla sua organizzazione e realizzazione al fine di supportare una diffusione capillare e favorire una partecipazione ampia e trasversale.

Firma digitale del legale rappresentante

Brocca  
Marco Premio Silvio  
14.06.2025  
13:13:48  
UTC

