



MILANO LOVES ITALY: l'iniziativa di sistema per far ripartire la fashion week di Milano



I principali player del sistema moda uniscono le forze - insieme alle Istituzioni - per ridare slancio e nuova energia a Milano, l'epicentro del sistema moda da cui deve ripartire la rinascita economica del settore. A tal fine nasce MILANO LOVES ITALY - un invito a scommettere su Milano, responsabilizzando tutti gli imprenditori italiani a unire le forze, concentrandole sulla capitale meneghina che da sempre li rappresenta. Da una situazione di difficoltà è scaturito un movimento che vuole supportare Milano e la filiera italiana con tutte le aziende per assicurare soprattutto gli operatori stranieri che la città è pronta per settembre con rinnovato entusiasmo. Un'iniziativa nata sotto il segno dell'inclusione, che vede per la prima volta concretamente uniti tutti gli operatori per la ripartenza di Milano. Un atto di coraggio e una sfida scandita dagli

hashtag #insiemesiamopiuforti e #iovadoamilano, che esprimono bene la volontà di valorizzare tutte le sinergie che Milano può mettere in campo per tornare a essere un punto di riferimento e destinazione internazionale per gli operatori del settore. MILANO LOVES ITALY come cassa di risonanza del Made in Italy e per coinvolgere i buyer italiani ed esteri e tutti gli addetti ai lavori al fine di farli ritornare a Milano, luogo dove moda e cultura incontrano il business. Il movimento ha visto scendere in campo il Comune di Milano, **WHITE**, Camera Nazionale della Moda, CBI-Camera Buyer Italia e Best Showroom, associazione che raccoglie oltre 50 realtà milanesi. **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **WHITE**, sottolinea la forza di «un movimento inclusivo e corale, che vede concretamente uniti operatori importanti a livello strategico per la ripartenza di Milano. È grazie alla coesione tra diverse realtà - prosegue - che potremo mostrare la nostra forza e leadership nel settore moda. Il vero cambiamento è proprio questo, l'unione. Con un obiettivo unico, Milano e l'Italia. Ora aspettiamo altri operatori, che possano interagire con noi per dare vita a un nuovo capitolo anche economico della città». E prosegue Mauro Galligari, uno dei promotori di Best Showroom: «C'è grande energia per il prossimo settembre. Tanti clienti verranno a Milano, che deve farsi trovare pronta e preparata ad accogliere nuovamente gli addetti ai lavori. Insieme a **WHITE** - la fiera di riferimento per la moda donna - e gli altri partner stiamo lavorando intensamente affinché la fashion week sia reale e fisica. Il nostro lavoro non può essere solo digitale, ma coinvolge anche i sensi, la ricerca tramite i viaggi per scoprire e nutrire la creatività, proponendola poi al mercato con nuovi progetti e designer». Beppe Angiolini, Consigliere con la delega al Marketing & Comunicazione per CBI conclude: «Non bisogna dimenticare che il capoluogo lombardo rappresenta un fondamentale hub di business. Noi tendevamo ad aspettare Parigi per concludere gli ordini, ma è importante che Milano torni a essere la città dove avviene tutto. E' importante che noi stessi come Camera Buyer, le showroom e le aziende restino a Milano, dove dovremmo concentrare le energie per accrescere il Made in Italy. Uniamoci per lavorare tutti insieme a Milano, perché è importante che la città si riappropri del ruolo che le spetta, senza alcuna incertezza». Nel breve termine, in vista della fashion week di settembre, grazie al contributo speciale del MAECI e ICE Agenzia a sostegno delle fiere del Made in Italy, **WHITE** - insieme a BEST SHOWROOM e alcune showroom di riferimento del panorama milanese - organizzano di comune accordo uno speciale programma di incoming buyer esteri. Una prima operazione di sistema per assicurare presenze qualificate alla Milano Fashion Week. E proprio per rivitalizzare la città - come accade durante il Salone del Mobile - si prevede l'organizzazione di un calendario tra presentazioni ed eventi nel segno di MILANO LOVES ITALY. Saranno coinvolti diversi multibrand store di Milano in cui saranno presentati designer italiani e internazionali. E **WHITE** conferma le sue date con il salone in forma fisica dal 24 al 27 settembre negli spazi del Tortona Fashion District. Un'edizione fisica arricchita dal digitale, che punta a valorizzare e promuovere in primis le aziende italiane e quelle internazionali che hanno scelto di essere a Milano. In quest'ottica è nata l'area speciale **WHITE** for ITALY che svela una serie di eccellenze italiane, come Salar Milano, che si sono imposte a livello internazionale per stile, ricerca e qualità indiscussa del prodotto. E sempre nel segno del Made in Italy e della ricerca è la scelta dello Special Guest di settembre: Vïen, marchio lanciato da Vincenzo Palazzo nel 2018. Il designer 32enne di Putignano con la sua storia dimostra perfettamente come il Made in Puglia possa conquistare tutti i mercati più prestigiosi. Vincenzo, che si divide tra Milano e la sua città natale, ha scelto di lasciare tutta la produzione del suo brand in Puglia, mescolando codici culturali differenti. Il marchio, che Vincenzo definisce "multi culturale e multietnico", ha riscosso grande interesse non solo tra gli addetti ai lavori, ma anche tra celebrities del calibro di Lady Gaga. A **WHITE** Vïen sarà presente con un'area speciale dove scoprire il suo mondo di ispirazioni e la nuova collezione.