

MILANO LOVES ITALY

#INSIEMESIAMOPIUFORTI
#IOVADOAMILANO

MANIFESTO E MISSION

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.



Credits : Angelo Cruciani & Manuel Scrima

MILANO VITRUVIANA - UN AUSPICIO VERSO UN NUOVO RINASCIMENTO

PARTECIPANTI E OBIETTIVI

Il movimento ha visto scendere in campo WHITE che, insieme a Best Showroom, è il promotore del progetto. E vede il sostegno di **Camera Nazionale della Moda, CBI-Camera Buyer Italia, Confartigianato con il supporto del Maeci e dell'ICE Agenzia e Comune di Milano**. Inoltre raccoglie adesioni tra altre selezionate showroom milanesi, fiere, agenzie di comunicazione e dei più importanti store di Milano.

*«Come amministrazione - sottolinea **Cristina Tajani, assessore alle Politiche per il Lavoro, le Attività Produttive, la Moda e il Design di Palazzo Marino** - guardiamo con entusiasmo a tutte le iniziative che si stanno mettendo in campo per far ritrovare a Milano il suo ruolo di riferimento e guida nel comparto fashion internazionale, dopo oltre quattro mesi di stop, dovuti all'emergenza Covid-19. Siamo convinti che l'attivazione di sinergie tra Istituzioni, WHITE, Camera Moda, Imprese e Associazioni di categorie costituisca il modo più efficace per promuovere il bello e ben fatto, mettendo al centro dell'intera filiera l'attenzione all'ambiente, la qualità del lavoro e della persona, nel segno di una nuova ripartenza del Made In Italy».*

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».*

Sulla stessa lunghezza d'onda **i promotori di Best Showroom**, nuova associazione che raccoglie oltre 70 tra le più importanti showroom del capoluogo lombardo con **i suoi due portavoce Gigliola Maule e Mauro Galligari**.

Commenta **Gigliola Maule**: *«Avvertiamo tra i clienti sia italiani che esteri grande voglia di tornare a Milano e abbiamo già ricevuto numerose conferme dei buyer, che saranno presenti alla fashion week. Dopo mesi di eventi solo digital si percepisce forte la voglia di tornare a Milano per riprendere un rapporto diretto e tangibile con le aziende. Sono molti i clienti che non possono prescindere dal contatto fisico e dal vedere dal vivo i capi, toccarli con mano. Lo dimostra il fatto che già in questo mese abbiamo avuto la richiesta di appuntamenti in showroom e che l'appeal dei nostri spazi e della nostra città resta potente. Sono convinta che incontreremo buyer europei, oltre che italiani, e probabilmente anche parecchi russi».*

E prosegue **Mauro Galligari**: *«L'associazione Best Showroom è nata proprio dall'esigenza delle showroom multibrand di Milano di unirsi insieme per il bene di*

Milano e della nostra fashion week. 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».

Giuseppe Mazzarella, presidente di **Confartigianato Moda**, sottolinea il concetto politico e organizzativo che sostiene questa importante operazione: *«Siamo un grande team e quando parlo di squadra, mi riferisco a tutti noi che insieme alle istituzioni cercheremo di supportare al massimo le nostre imprese per permettere loro di ripartire... Noi di Confartigianato con WHITE, C. N. M. I, Ice Agenzia, MAECI e Milano non ci siamo tirati indietro. A settembre ci saremo con le imprese e sono certo che ci saranno anche i buyer. Il nostro è un grande progetto, che ci pone al centro di un tema fondamentale: il sostegno al rilancio delle nostre imprese sui mercati, dopo il Covid-19. La condivisione dei progetti con la Camera della Moda, testimonia quanto di più concreto si stia facendo direttamente per il mondo del fashion: la grande impresa insieme alla piccola! Confartigianato lavora per la vita e la crescita delle micro, piccole, medie imprese, che sono la maggioranza delle aziende italiane, il 99,6% del totale, realtà con meno di 50 dipendenti e lo fa con partner che hanno la sua stessa visione».*

Beppe Angiolini, Presidente onorario di 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».*

PROGRAMMA

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 e italiani**. Una prima operazione di sistema per assicurare presenze qualificate alla Milano Fashion Week. Sarà inoltre creato un **percorso e fornito un servizio di courtesy car** dedicate, per agevolare al massimo gli spostamenti dei buyer e addetti ai lavori tra le showroom, WHITE e gli eventi organizzati da CNMI. 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**. Infine Confartigianato Imprese supporterà un **piano articolato di comunicazione**, con un focus digital, per promuovere soprattutto oltreconfine il ruolo di Milano e della fashion week di settembre.

Nel medio-lungo termine sarà nominato un consiglio direttivo di MILANO **LOVES** ITALY e un **manager super partes**, che avrà il compito di **implementare una strategia e un piano volto a ottenere contributi per la promozione di iniziative ed eventi su Milano**. Dopo la prima sfida di settembre il lavoro sulla città deve continuare, coinvolgendo sempre più le Istituzioni e tutti i player, compresi quelli del design e di tutti i settori che rendono Milano un motore trainante per l'economia del Made in Italy.

Un progetto con il supporto di:



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



PATROCINIO
Comune di
Milano



Per ulteriori informazioni:

Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
WHITE
Tel +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it