

LIVE SERIE A

ATA 2	MIL 0	BEN 1	CHI 2	LAZ 6	SPA 1	TOR 2
JUV 2	ROM 2	INT 2	FIO 1	SAS 1	CRO 1	HEL 2
01 - 10 20:45	01 - 10 18:00	01 - 10 15:00	01 - 10 15:00	01 - 10 15:00	01 - 10 15:00	01 - 10 15:00
NAP 3	GEN 0	UDI 4				
CAG 0	BOL 1	SAM 0				
01 - 10 12:30	30 - 09 20:45	30 - 09 18:00				

«Con un brindisi rilancio Montenapo nel mondo»

Il presidente del distretto Guglielmo Miani presenta la settimana-evento che riunirà stilisti e cantine

Mimmo Marzio - Sab, 30/09/2017 - 06:00

[commenta](#)

[G+](#)

[Mi piace 0](#)

Mimmo di Marzio

Chi trova una via trova un tesoro: un tesoro da sette miliardi di euro all'anno. Stiamo parlando di via Montenapoleone, detta anche «Montenapo», un distretto che incarna il simbolo della moda made in Italy, residenza milanese degli showroom di griffe planetarie. Nel cosiddetto Quadrilatero confluiscono ogni giorno 25mila shopper internazionali anche se, ça va sans dire, l'85 per cento dei compratori sono stranieri; in testa i cinesi, seguiti dai russi e, in terza posizione, gli arabi. Perdono posizione i giapponesi. Ma Montenapo, da trent'anni, è anche un'associazione costituita per dare voce comune alle esigenze di un distretto che ha bisogno di adeguarsi alle esigenze dei tempi, di fare sistema e proporsi come interlocutore con le istituzioni. Guglielmo Miani, CEO della maison Larusmiani e presidente dell'associazione Montenapoleone District anche quest'autunno ospiterà la città per la «vendemmia» che coinvolge 160 associati in tutto il quadrilatero. A partire dal 9 ottobre per tutta la settimana i negozi «a cinque stelle» della città diventeranno luoghi di degustazione in collaborazione con il Comitato Grandi Cru d'Italia. «Che cosa c'entra il vino con la moda? Proprio come il fashion rappresenta un'eccellenza del made in Italy, è sinonimo di grande esperienza sensoriale e socializzazione» sottolinea Miani che negli ultimi sette anni, anche grazie alle attività dell'associazione, ha visto raddoppiare il fatturato del Quadrilatero. «Otto anni fa, quando chiedemmo agli associati una join venture con le grandi cantine italiane, non tutti erano pronti. Oggi invece, abbiamo addirittura stilisti che producono vino, come Ferragamo, Cruciani o Cavalli». Il programma è ricco e prevede una settimana di eventi che coinvolgono anche gli hotel a cinque stelle, 25 tra i migliori ristoranti della città e addirittura la prestigiosa casa d'asta londinese Christie's. Albergatori e ristoratori offriranno infatti pacchetti speciali legati alla Vendemmia e i ristoranti che aderiscono proporranno per tutta la settimana menù a prezzo fisso su prenotazione. Giovedì 12, a palazzo Bovara, avrà poi luogo l'asta benefica «Italian Masters» di botiglie da collezione a favore della onlus Dynamo Camp. «Il nostro obiettivo - dice Miani - è quello di valorizzare Montenapoleone e promuoverla come un marchio di life style nel mondo. Vogliamo far capire che dietro alla creazione di un prodotto di lusso made in Italy esiste una filosofia di vita e un gusto che ancora oggi tutti ci invidiano». Non è un caso allora, se la «Vendemmia» di Montenapo ha messo le ali per diventare un evento itinerante. Dal 16 al 22 ottobre, infatti, si sposterà per la prima volta a Roma tra via Condotti e piazza di Spagna («i nostri cugini», sorride) e successivamente emigrerà in Cina come evento durante la Design Week di Shanghai.

A Montenapo, la serata esclusivamente a inviti avrà luogo il giovedì sera. «Sarà un evento riservato ai clienti degli associati e prevediamo un afflusso di 8.000 persone» dice Miani che tuttavia crede fortemente nell'indotto che il progetto avrà su tutta la città; a cominciare dagli hotel che hanno già prenotazioni per 1.500 stanze.

Sponsorizzato da  outbrain



Questo studente che ha lasciato gli studi ha comprato Bitcoins per \$12, Ora è...

24 Business News