



L'evento «Milano Love Fashion» promosso in piazza Duomo. Sotto, l'assessore alle Attività produttive, politiche del lavoro e dell'occupazione Giovanni Terzi

EVOCATO IL MITO DELLA MILANO DA BERE

Terzi scuote il mondo degli stilisti: basta con le sfilate concentrate Per il fashion meglio la settimana

— MILANO —

LA SFIDA è di quelle impegnative. Forse ci voleva coraggio anche solo per lanciarla. Ma Giovanni Terzi, assessore al Commercio, ci crede. E propone un patto fra il Comune, la Camera della Moda, gli stilisti e i buyer. Lo scopo: tornare alla settimana della moda stile Anni '80, dove quei sette giorni erano reali, non una semplice cinque giorni che, parole di Terzi, «provoca stress, impedendo ai visitatori di vivere la città e i suoi eventi».

Sullo sfondo si intravede quella che fu la Milano da bere, crocevia internazionale al pari di Parigi e New York. Da qui, dunque, si riparte. O meglio, chiarisce l'assessore, «si può ripartire facendo sistema». Ieri a Palazzo Mezzanotte, nel corso del convegno Milano Fashion Global Summit, Terzi si è rivolto direttamente ai protagonisti del mondo del lusso: «Dobbiamo fare in modo che Milano si riconcili con il fashion, rilanciando insieme un sano orgoglio per il nostro Made in Italy». Secondo l'assessore al Commercio: «Se oggi Milano si limita a sopportare la settimana della moda, in futuro la dovrà invece

sopportare. Del resto, i dati parlano da soli: il fashion produce il 21 per cento del Pil cittadino, in pratica un euro ogni cinque. E' evidente che stiamo parlando di un settore strategico, non effimero, come spesso viene definito».

UNA LUNGA settimana della moda sarebbe quindi la risposta. A quel punto, chiarisce Terzi, «tutto avrebbe più senso: le aperture serali e notturne dei musei, dei negozi, dei ristoranti». L'assessore pensa in grande e abbozza la sua ricetta: «Le sfilate dovranno essere aperte, invadere piazza Duomo. Questo significa stabilire un contatto fra moda e città. Da parte nostra c'è la disponibilità a replicare eventi come Milano Love Fashion, che diffondono il mondo della moda al grande pubblico». Il primo obiettivo? «Lanciare un segnale di questa inversione di tendenza già per



l'edizione Milano Moda 2010». Vincere la sfida, nella sua interezza, non sarà semplice. Anche se, fa notare Terzi, ci sono fattori che spingono all'ottimismo: «Milano è la città della moda per vocazione, una città che i grandi stilisti hanno cambiato e fatto crescere. Non ci sono ragioni per pensare che non si possa stabilire una rinnovata sintonia fra cittadini e mondo del fashion. Anzi, ci sono motivi per ritenere l'esatto contrario. Se però le sfilate finiscono alle 23, è chiaro che tutti se ne tornano in albergo. Mentre con sette giorni a disposizione cambia ogni cosa e aumenta il tempo per vivere Milano».

Non è la prima volta che l'assessore al Commercio cerca di stimolare un cambiamento. Qualche mese fa, in chiave Expo, prospettò «una città aperta ventiquattrore su ventiquattro». L'appello di ieri va nella medesima direzione.

Ersilio Mattioni



L'ASSESSORE

**«Rilanciamo
un sano orgoglio
per il nostro
Made in Italy»**