Tiratura: 20.000

fashion

Settimanale

Data 01-04-2021
Pagina 72
Foglio 1

PENSO A UN NUOVO SHOPPING DISTRICT: MILANO MADE IN ITALY

Roberto Colombo
Ceo Lanificio Luigi Colombo

Superare gli individualismi: una sfida che si spera diventi qualcosa di concreto

Un business più sostenibile per tutta la filiera. È l'auspicio di **Roberto Colombo**, ceo del **Lanificio Luigi Colombo**, che spiega: «Fra gli anni '50 e '80 la sostenibilità era più concentrata a monte della filiera. In seguito è stata trasferita ai confezionisti, quindi al retail, per diventare, fino al pre-Covid, appannaggio dei landlord. La pandemia ha mostrato le criticità di questo sistema, sostenibile solo per i grandi marchi». Per il rilancio di Milano Colombo ha un'idea: che il Comune ceda un'area da valorizzare a prezzi calmierati agli imprenditori del made in Italy, riuniti in un consorzio ad hoc, dove ciascuno partecipa al capitale sociale in parti uguali. «Nascerebbe una nuova destinazione - dichiara - che potrebbe chiamarsi Milano Made in Italy, dove i brand soci sarebbero presenti con un proprio negozio, a costi pari a una frazione degli attuali. Verrebbero da tutto il mondo per visitarla e il format si potrebbe esportare». Superare gli individualismi è un'altra sfida: «Trovo **Milano Loves Italy** una bella iniziativa, che spero si traduca in qualcosa di concreto. È il momento di guardare indietro: hanno chiuso migliaia di aziende, occorre dare dignità al lavoro e riposizionare i costi della distribuzione». ■

MILANO LOVES ITALY

In modo sinergico possiamo offrire esperienze uniche ed esclusive

Creiamo un ecosistema di eccellenze ibride

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

031975