

La Vendemmia di MonteNapoleone con Guglielmo Miani

Prende il via oggi la 15° edizione dell'appuntamento che unisce fashion, wine&food, charity e lifestyle. A raccontarlo, il presidente, e ideatore, Guglielmo Miani

All'insegna di un incontro tra lusso, vino, gusto e charity, La Vendemmia di MonteNapoleone dà il via alla stagione autunnale di Milano **dal 7 al 13 ottobre** con la sua 15 edizione. Un evento che rinsalda i suoi punti fermi, come la serata di brindisi in boutique, i wine tasting, le partnership con ristoranti e hotel, l'asta benefica a favore di Dynamo Camp e la collaborazione con la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco di Alba, ma che si apre a nuove iniziative e appuntamenti.

Tannico, per l'acquisto immediato dei vini degustati nelle boutique, all'impegno solidale con i 10 anni di sodalizio con **Dynamo Camp**, attraverso l'asta di lotti battuta da **Christie's**, oltre a un sempre maggior coinvolgimento alla manifestazione da parte delle boutique di via della Spiga che genera una maggiore integrazione delle vie limitrofe al di-stretto, anche grazie ad allestimenti suggestivi realizzati per la prima volta dal flower designer **Vincenzo Dascanio**.



G. Quale spinta ha questa nuova edizione di Vendemmia?

G.M. Sicuramente un ottimo segnale in questi ultimi anni è stato l'aumento della partecipazione di numero di alberghi (passati da otto a 15) e ristoranti in tutta la città con i quali collaboriamo con iniziative ad hoc, ma non solo. Oltre a inaugurare la stagione autunnale, Vendemmia si conferma un appuntamento clou nel calendario del Quadrilatero con eventi esperienziali come i cocktail in boutique, il wine tasting e i menu speciali destinati sia agli stranieri che arrivano qui, sia alla clientela locale che popola il cuore di Milano anche dopo il tramonto.

G. MonteNapoleone si sta confermando una strada tra le più attrattive per i marchi luxury...

G.M. In questo momento è la seconda high street con i canoni di affitto più alti al mondo dopo la Fifth Avenue a New York, prima in Europa. Inoltre, rispetto alle altre capitali come Londra e Parigi, Milano ha nel Quadrilatero la sua **tourist destination dello shopping** di alto livello e c'è una lunga lista di attesa per esserci.

G. Quanto conta ancora l'esperienza di acquisto in negozio?

G.M. Il momento negli store è indispensabile, soprattutto quanto di parla di lusso. Infatti, da un'analisi condotta da Deloitte emerge che nei prossimi 10 anni l'online continuerà a mantenere una market share costante, senza quindi erodere quote del retail tradizionale in boutique. Dal nostro osservatorio confermiamo il continuo fermento e l'apertura di nuovi store.

Organizzato dall'**associazione MonteNapoleone District**, l'appuntamento offre anche l'occasione di fotografare con il **presidente Guglielmo Miani** lo stato di salute del fulcro cittadino dello shopping di alto profilo e di osservarne il costante fermento in termini di investimenti, opening e di una sempre maggiore dinamicità d'impresa.

Gentleman. Con quali focus inaugurate la 15 edizione della Vendemmia di MonteNapoleone?

Guglielmo Miani. La Vendemmia di MonteNapoleone ha una forte identità e un diffuso apprezzamento tra gli appassionati del bon vivre e delle eccellenze, sia enologiche sia della moda e lusso. Nel solco della tradizione, questa nuova edizione si contraddistingue per una dimensione allargata: dall'importante **partnership con**

G. Cosa cambierà con l'entrata in vigore della Ztl, per cui è previsto per il primo periodo un breve intervallo di tempo nel quale i mezzi privati potranno circolare, ma non sostare?

G.M. Sicuramente siamo favorevoli a una regolamentazione, ma il Quadrilatero è il tempio del commercio, non è un museo o una piazza storica. Resta quindi per noi fondamentale garantire l'accesso anche alle auto. Per facilitare il transito, oltre ai silos dedicati, verranno anche istituiti servizi simili ai valet degli hotel dove lasciare la macchina per poi riprenderla nello stesso punto.



Tra le novità di quest'anno, **Casa Conte Milano**, un nuovo spazio che unisce lusso e design contemporaneo accoglie gli ospiti di MonteNapoleone District durante tutti i giorni de La Vendemmia. Casa Conte è una cornice ospitata all'interno dell'ottocentesco Palazzo Melzi di Cusano in Via Montenapoleone 18, sede di rappresentanza del marchio di interior design Conte che, per l'occasione, viene brandizzata da due marchi iconici di **Moët Hennessy**, la divisione Wine & Spirits di **Lvmh** : la casa vinicola neozelandese **Cloudy Bay** e la **Maison di Champagne Veuve Clicquot**.

L'evento del Quadrilatero offre anche l'occasione di ammirare le **collezioni limited edition e customizzabili di Conte**, fondata quasi 40 anni fa in Puglia, e oggi realtà d'arredo globale con 80 dipendenti e un headquarter produttivo di oltre 40mila metri quadrati. La sua nuova se-de di rappresentanza trova posto all'interno di questo gioiello architettonico del Neoclassicismo italiano con un progetto voluto da **Ferdinando Conte, ceo e art director del brand**. Nelle sale ampie ma avvolgenti, distribuiti su 400 metri quadrati, dialogano il design, l'arte e le esperienze legate al

gusto, dando vita a uno scambio in nome dell'eccellenza italiana. Qui sono in evidenza le nuove collezioni, tra cui Atrium, realizzata apposta per questo contenitore dallo Studio 13.1 Architecture & Decor di Filippo Fiora e Federico Sigali. *(Riproduzione riservata)*