

Milano

La settimana della moda

# La blogger e i posti giusti per "riaccendere" Milano

I consigli di Caterina Zanzi, 32 anni, piccolo guru delle serate meneghine «Vivo più che posso le mie giornate parlando di me, di food e di lifestyle»

## MILANO

**Ora ho capito perché** «Caterina» ha così pochi haters. Nonostante il filtro respingente di «meet» che toglierebbe emozione a qualsiasi incontro (forse perché ci ricorda il lockdown) facendolo assomigliare a un gelido business meeting, «la Zanzi che conosce i posti», comunica con una naturale empatia, ha quella disinvoltura di chi è serenamente alla mano e in fondo, sa bene chi vuole essere. Come dire: la studentessa universitaria acqua e sapone che la sera esce con gli amici, sneakers e fascia nei capelli, e ti racconta dove va, quali posti sceglie, milanese con orgoglio che di più non si può. E alla fine ti sta simpatica davvero; da lei compresti un'auto usata e poi ci andresti nei locali che ti consiglia. Insomma, di lei ti fidi.

È così che i follower, 120mila, 600mila viste al mese, numeri quasi da influencer, amano tantissimo lei e il suo team. «I tatonni», li chiama, con quello stile da brava ragazza che, alla fine, disarmava anche i leoni da tastiera. Per i pochissimi che ancora non lo sanno lei è Caterina Zanzi, 32 anni, la blogger di «Conoscoumposto», un piccolo guru

per i 30enni milanesi, un giudice che sentenza con garbo gli aperitivi che vanno e quelli che invece fanno «flop». Un breve passato nel settore degli uffici stampa. «Sono scappata, perché facevo solo "recall" e invece volevo stare dall'altra parte». Poi dall'altra parte, quella dei giornalisti, c'è passata davvero e per sette anni ha seguito moda e lifestyle con un occhio economico alle storie degli imprenditori che stavano dietro i marchi. Poi un altro giro. Di nuovo dall'altra parte del tavolo: è diventata lei stessa imprenditrice con il suo blog che oggi è un lavoro a tempo pieno. E nella fascia dei 25-35enni non c'è scelta di locale che non passi attraverso un clic a «Conoscoumposto». «No - ride - c'è anche qualche sciura che ci segue».

### Riavvolgiamo il nastro...

«Passione per il food e per la scrittura: così ho cominciato con leggerezza sei anni fa, sem-

### LAVORO E PASSIONE

**«Dal posto fisso alla partita Iva per seguire gli eventi: pochi giorni dopo è iniziato il lockdown»**

plicemente con l'intenzione di raccontare la mia Milano, una città che amo molto e in cui ho sempre scelto di tornare dopo piccoli lavori all'estero.

**Perché seguire i tuoi consigli e non quelli di altri, il tema del food non è così originale ed è piuttosto diffuso?**

«Penso che sia perché sui social anche con le instagramstories racconto proprio me stessa per come sono e i luoghi che preferisco, con autenticità e semplicità e "chi mi ama si segue"».

**Oggi questo è diventato il tuo lavoro a tempo pieno?**

«Sì, non riesco più a conciliare il lavoro di giornalista con quello di cura del mio blog che in sei anni era cresciuto tantissimo. Due anni di tormenti e analisi di pro e contro. Poi ho deciso, si mi butto, abbraccio la partita Iva, poche settimane dopo è iniziato il lockdown, locali e ristoranti chiusi, il coprifuoco e degli eventi nemmeno più l'odore».

**Ecco quando ci vuole energia, idee e forza per riprogettare il futuro...**

«Intanto cerco di "vivere" quanto più mi è possibile e di raccontare comunque quello che faccio ogni giorno, poi non esistono solo i locali e il food che resta una delle mie passioni principali. Io e i miei nove collaborato-



Il gruppo di giovanissimi che scrive per Conoscoumposto, sotto Caterina Zanzi

ri parliamo e parleremo sempre più di arte, mostre, iniziative per bambini e genitori e, quando si potrà, di viaggi ed esperienze di viaggio, insomma un contenitore di lifestyle con un sempre maggiore coinvolgimento dei follower attraverso modalità di interazione diretta che stiamo studiando e prodotti carini per chi ci segue, come piatti e tazze per la community».

**Come li scegli i tuoi collaboratori?**

«Ragazzi normali, curiosi, che si vivono Milano con l'occhio della spontaneità. E così la raccontano».

**Anna Giorgi**



## Il primo bilancio

# White riparte da 5mila visitatori: premio al coraggio

Il Fuorisalone della moda ha spinto sull'acceleratore del ritorno all'evento fisico con 200 espositori

## MILANO

Le aziende hanno risposto bene alla chiamata, sono state oltre 200 le partecipanti al progetto coraggioso del salone White, che ha spinto l'acceleratore sul ritorno in presenza perché, come annunciato dal founder Massimiliano Bizzi: «Il post covid richiede coraggio e visione».

**Cinquemila presenze** sono un buon bilancio? Certo, sono lontani i tempi del boom da 22mila degli anni scorsi, ma tutto va proporzionato alla fase storica. Intanto è una ripartenza: «Milano sta reagendo e abbiamo dimostrato con questa edizione coraggiosa che le reali sinergie di sistema possono funzionare. Per questo credo che il brand "Milano Loves Italy" sarà importante nel nostro futuro», dice



Il founder Massimiliano Bizzi e il presidente onorario dei buyer Beppe Angiolini

Bizzi. Il presidente onorario dei buyer Beppe Angiolini, non si sofferma sui numeri, ma sul sentimento che ci sta sotto: «È il momento di stare uniti e rafforzare le collaborazioni con istituzioni,

showroom e aziende. Concentrandoci su Milano possiamo rafforzare la città». Per il Ceo Brenda Bellei gli imprenditori «hanno saputo ancora una volta dimostrare il coraggio e la forza

di reagire dimostrando la solidità del nostro sistema». Tornando ai numeri, nelle due location «Superstudio Più» di via Tortona 27 e «BASE Milano» ex Ansaldo al Tortona 54 sono state presentate 200 aziende e 32 realtà sostenibili, 9 tra eventi e installazioni nei negozi moda e design per Milano Loves Italy, 40 presentazioni digitali per il B2B, oltre al programma di talk con focus sul retail e la sostenibilità.

**Il salone**, e questo è un dato oggettivo, ha sicuramente dato un contributo concreto per far ripartire le aziende e la filiera moda. Un'edizione complessa che ha dimostrato la resilienza delle aziende e del mercato, che ha saputo trovare soluzioni inedite e nuove progettualità per avviare la ripresa economica.

Per gli organizzatori il pubblico

che ha partecipato è stato «motivato e attento alle proposte del salone». Ben distribuita la provenienza dei buyer italiani dal centro nord fino al sud con una presenza di negozi di fascia medio-alta. «La selezionata presenza dei buyer esteri - si legge nella nota di White - ospitati grazie al supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e a ICE Agenzia, ha riscontrato molto positivamente la qualità delle aziende italiane presenti al salone».

**Beppe Angiolini** di Sugar The Best Shop ha premiato i giovani stilisti, le promesse del futuro: «Essere qui è un segnale importante: Milano c'è ed è una ripartenza importante. È il momento di concentrarci tutti insieme e stare uniti a Milano tra aziende e showroom».

Per quanto riguarda i giovani sono felice di poter premiare le nuove generazioni. E abbiamo scelto Vaderetro per il mix di tecniche e perché vediamo un futuro nell'azienda».