PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

Mfw: in una Milano dove trionfa lo spettacolo della moda a raccogliere l'attenzione è il prodotto di qualità



La fashion week ha accolto eventi mediatici e sfilate spettacolo ma ha lasciato spazio anche a marchi di nicchia e artigianali

Una fashion week con qualche contraddizione, dalle sfilate “performance” di Diesel con i 200 ballerini de (La)Horde, il collettivo artistico di Marsiglia, ai marchi più piccoli come Biagini , etichetta storica della pelletteria made in Italy che costruiscono la relazione con il cliente grazie a un racconto intimo e appassionato del loro lavoro, dagli eventi mediatici come Vogue World, che mettono al centro i “big” e i “vip” della moda, agli stand delle fiere come White Milano, dove a parlare sono i prodotti e gli imprenditori che li realizzano.

Insomma, la fashion week di Milano che si chiude oggi, 28 settembre, con le sfilate digitali sembra avere concesso spazio per tutti, etichette grandi e piccole, show business, debutti (come i direttori creativi di Moschino, Loris Messina e Simone Rizzo) e addii (Glenn Martens da Diesel).

Il presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, si è seduto a tavola con gli imprenditori

Questa settimana della moda ha segnato anche il “debutto” ufficiale nel fashion system del presidente del consiglio Giorgia Meloni, che ha preso parte al gala dinner del 23 settembre organizzato da Camera della moda e si è seduta a tavola con imprenditori come Frédéric Arnault (Lvmh, ceo di Loro Piana), Luca de Meo (ceo di Kering), Andrea Guerra (ceo di Prada) e Alfonso Dolce (presidente e amministratore delegato di Dolce&Gabbana), oltre a Diego Della Valle (presidente e ceo del Gruppo Tod's), Brunello Cucinelli (presidente e direttore creativo di Brunello Cucinelli), Remo Ruffini (presidente esecutivo di Moncler), Gildo Zegna (presidente esecutivo di Ermenegildo Zegna) e Renzo Rosso (presidente e fondatore del Gruppo Otb).

La moda italiana rappresenta circa il 5% del Pil

Onclusive
Tutti i diritti riservati
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

“La moda italiana rappresenta circa il 5% del Pil e, lungo tutta la catena del valore, dà lavoro a circa un milione di persone, oltre a essere da sempre uno degli emblemi del made in Italy nel mondo. In una fase di profonde trasformazioni economiche e geopolitiche, il dialogo e la collaborazione tra istituzioni e industria sono fondamentali per continuare a valorizzare e rafforzare un patrimonio straordinario del nostro Paese”, ha sottolineato Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della moda italiana.

Numeri alla mano, per la settimana della moda di Milano, che si chiude oggi, 28 settembre, l'indotto della spesa turistica supererà i 219 milioni di euro (219,5) con un calo dell'8% rispetto al settembre 2025, ma in crescita dell'1,4% sul febbraio di quest'anno. Una cifra pari a 100,8 milioni di euro sarà destinata allo shopping; 85,4 milioni a ricettività e ristorazione; 32,9 milioni ai trasporti.

Sono quasi 141 mila i visitatori previsti: aumentano i visitatori stranieri (+22%), diminuiscono gli italiani (-29%). Le stime sono del Centro Studi di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza, su elaborazione dati Istat, Questura di Milano, Banca d'Italia, Global Blue (dati scontrino medio), Banca Ifis.

Ha aperto Prada Galleria

Tra le novità della settimana va segnalata l'apertura, in Galleria Vittorio Emanuele II, di Prada Galleria. Il progetto di casa Prada , si sviluppa su otto piani dedicati a retail, ospitalità, arte e storia.

Lo spazio collega i due lati dell'ottagono centrale dell'iconica galleria ottocentesca attraverso un nuovo passaggio sotterraneo.

Sotto la direzione di Miuccia Prada, il complesso fonde oltre un secolo di storia familiare e aziendale con il "principio fondante secondo cui Prada non è un'identità fissa, bensì un'esplorazione continua, sostenuta dal dialogo con l'arte, l'architettura, il cinema, la cultura e lo sport".

Al piano nobile della Galleria, la mostra permanente Pradasphere illustra la storia del marchio dalla sua fondazione ai giorni nostri. Accanto a Pradasphere si trovano le boutique Prada Uomo e Prada Donna ampliata, Marchesi 1824 e l'Osservatorio Fondazione Prada, a cui si sono aggiunti ulteriori piani dedicati allo shopping su invito e a spazi privati di ospitalità. Prada Galleria riunisce questi fili conduttori in un'unica destinazione, concepita per quel tipo di attenzione approfondita ed esplorativa che caratterizza la storia di ricerca del marchio.

La boutique Prada donna, che occupa la sede originaria di Fratelli Prada, è stata ampliata con un piano interrato che ne ha quasi raddoppiato l'ambiente espositivo. Lo spazio rinnovato accoglie le collezioni donna, un'area dedicata al mondo viaggio e alle proposte home e beauty, circondati da murales storici e oggetti d'archivio.

Un calendario con 60 sfilate fisiche e due mostre

Il calendario delle settimana della moda prevedeva 211 appuntamenti, 60 sfilate di cui 53 fisiche e 7 digitali, 93 presentazioni di cui 6 su appuntamento e 58 eventi.

Tra gli eventi con un taglio più culturale, perché la moda è anche creatività, intelletto e pensiero e non solo numeri anche se i tempi complicati in cui viviamo ce lo fanno dimenticare, la bellissima

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

mostra a Palazzo reale “Dalí e la Moda”, promossa dal Comune di Milano Cultura e prodotta da Palazzo Reale, MondoMostre e Civita Mostre e Musei, in collaborazione con la Fundació Gala-Salvador Dalí, e quella dedicata al duo creativo olandese, Viktor Horsting e Rolf Snoeren.

La mostra "Viktor&Rolf. Spectrum", sarà in scena fino al 22 novembre 2026 presso la galleria di 10 Corso Como spazia dai progetti d'esordio, come la simulazione di lancio del marchio Launch (1996) e la creazione del profumo concettuale Le Parfum, fino alla più recente collezione autunno inverno 2026-27, Gilded age 2.0.

In passerella: belle prove per Daniela Gregis, Jil Sander ed Emporio Armani

Una intramontabile Max Mara ha intrecciato la praticità dell'abbigliamento d'avventura con la raffinatezza dei look da salotto. Lino e gabardine lucente, definiscono una collezione in cui la protagonista è la giacca da safari, reinterpretata. Drappeggiata e annodata sul fianco, oppure lunga e fluida come uno spolverino, l'iconica giacca da esplorazione porta una nuova idea di glamour nel cuore della giungla urbana.

Simone Bellotti ha dato una bella prova del suo talento sovvertendo i codici di Jil Sander pur rispettandoli. Rigore, precisione ordine: tre elementi che caratterizzano Jil Sander, marchio nell'orbita di Otb dal 2021, e che a Milano hanno trionfato sulla passerella cedendo, però, a qualche "errore", alle fragilità, all'imperfezione. "Creare una collezione è come andare in terapia. Smonti le cose per capire cosa vuoi conservare. Poi le rimetti insieme", ha sottolineato, attraverso una nota, lo stilista.

Il risultato è una collezione che parte dal concetto di uniforme e poi divaga con i volumi, le pieghe, le proporzioni, le sovrapposizioni. Al centro di tutto, però, restano il tailoring e un esercizio di stile che parte dal rigore.

I colori sono neutri ma non manca il colore a questa collezione spring summer 2027 del marchio fondato da Jil Sander nel 1968. "Di fronte a ciò che appare incoerente, si capisce più chiaramente ciò che si vuole", racconta Bellotti.

Missoni per la collezione per la prossima primavera estate 27 ha puntato sul movimento. Ci si veste "on the go", aggiungendo o sottraendo secondo il momento, passando da un luogo all'altro senza pensare troppo a quel che si ha addosso. Un cappello dalle falde accartocciate ripara, le calze grosse avvolgono i piedi anche se i sandali hanno listini sottili.

Forme lunghe e fluide convivono con pantaloni ampi raccolti alla caviglia, piccoli cardigan, giacche, top essenziali. Gli accessori sono quelli sbagliati, naturalmente.

Emporio Armani ha presentato l'ultima collezione firmata dalla famiglia Armani, con le proposte per lei disegnate da Silvana Armani e quelle per lui create da Leo Dell'Orco. "C'è un ciclo che si chiude da un certo punto di vista, ma ce n'è anche un altro che si apre, molto più interessante", ha detto Dell'Orco, all'Ansa.

Risale al 16 settembre, infatti, la nomina di Dario Vitale a direttore creativo, con effetto immediato, di Emporio Armani e degli accessori Giorgio Armani, il primo a ricoprire questo ruolo al di fuori della famiglia Armani.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

La collezione, presentata nel teatro di via Bergognone, è caratterizzata da un guardaroba in movimento, un contenitore, un luogo di scambio in cui maschile e femminile, formale e informale, convivono senza gerarchie. È anche un guardaroba che privilegia la personalità e l'espressività di chi lo indossa.

Acidature e tinture a freddo rendono il colore irregolare; il lino riproduce a trompe-l'œil le superfici di capi usurati; il seersucker si svuota e accartoccia, il velluto laserato si screzia; le organze sovrappongono trasparenze e riflessi. Tutto porta un segno che ha spessore e memoria.

Tutto fluttua, mantenendo però fermezza e struttura. La leggerezza definisce il guardaroba, maschile e femminile. Lini, sete impalpabili, tessuti da camiceria, viscose e jersey sono protagonisti della collezione.

Tocchi di lurex e superfici acquatiche interrompono l'opacità tattile del racconto. Tailoring e trasparenza, giacche e piccoli gilet, ampi pantaloni e top essenziali passano dal maschile al femminile e viceversa. Neutri irregolari e nero nella palette di colori. Completano i look grandi borse, pantofole di corda o tessuto e piccoli copricapo.

Glenn Martens: "da Diesel la festa viene sempre prima di tutto. È inclusività, espressione di sé, piacere e democrazia dell'esperienza"

Tutto un altro registro per l'ultima collezione dello stilista belga Glenn Martens per Diesel.

“Da Diesel la festa viene sempre prima di tutto. È inclusività, espressione di sé, piacere e democrazia dell'esperienza. La collezione è l'essenza di Diesel: disruptive, sexy, fluida, divertente. Siamo tutti parte della stessa cosa: facciamo un ultimo giro insieme", ha sottolineato, attraverso una nota, Glenn Martens, direttore creative di Diesel, che ora lascerà la griffe.

Con l'inizio della sfilata ha preso vita anche una serie di interventi performativi firmati da (La)Horde, il collettivo artistico di Marsiglia. Tra il pubblico 200 performer, hanno coinvolto gli ospiti e interagito tra loro attraverso effusioni, baci e azioni hot. Le loro azioni, che potevano sembrare spontanee, fanno parte del "gioco" della quotidianità. Nella collezione, il daywear diventa così desiderabile da volerlo indossare tutto insieme: una giacca in pelle cerata sopra un blazer con impunture, sopra un maglione a coste fuso con un colletto da tracksuit e polsini da camicia. Questi pezzi ibridi attraversano l'intera collezione.

I capi in denim vengono rivestiti e poi sottoposti a trattamenti laser per ottenere un effetto pelle.

Da Gucci hanno sfilato lo snob, l'aristocratico ribelle e l'eccentrico

Nei giorni scorsi c'era anche grande attesa per la sfilata di Gucci. The Store show è stata la prima collezione che esprime la visione personale di Demna per il marchio fiorentino. Allestita in uno spazio concepito come punto vendita, la collezione anticipa la sua estetica per le boutique Gucci del futuro. La collezione rappresenta l'intera gamma di personalità che incarnano la Gucci di Demna: l'aristocratico ribelle, lo snob e l'eccentrico. Da Firenze alla Cina: i marchi d'oriente sfilano sempre più spesso a Milano. A far parlare di sé, questa volta, è stata soprattutto l'industria della moda di Futian, distretto situato nella provincia del Guangdong e amministrato dalla città di Shenzhen.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
TIPOLOGIA: Web
VISITE MENSILI: 33358.40
AVE: €15.91
AUTORE: La
REACH: 1097
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

In virtù di una collaborazione con la Camera nazionale della moda italiana e con il sostegno speciale del Governo Popolare del Distretto di Futian, Shenzhen, tre marchi del distretto di Futian hanno presentato le loro collezioni per la primavera estate 27.

Laurèl, Idpan e Yiner sono le tre etichette selezionate. Laurèl ha presentato la collezione Atelier primavera estate 2027 ispirata al tema “Layers of time”. Fondata a Monaco di Baviera nel 1978 e con il Bauhaus come linguaggio progettuale originario, Laurèl (attualmente di proprietà del gruppo cinese Ellassay, con sede a Shenzhen, in Cina) ha scelto quest'anno di approdare a Milano con la sua sartorialità che rappresenta il suo linguaggio estetico centrale. In collezione completi che costruiscono una struttura razionale attraverso spalle dal segno architettonico e proporzioni precise, accogliendo al tempo stesso drappeggi più rilassati all'interno di tagli netti, così da lasciare alla costruzione rigorosa la libertà di fluire con naturalezza. Il brand di moda Idpan, invece, ha presentato una collezione ispirata al tema “From Milan, back to Milan”. La collezione, battezzata “Tribute to Craftsmanship — Modern serenity”, riscopre il calore e il valore racchiusi nel lavoro manuale, considerando l'artigianalità come una risorsa senza tempo: un patrimonio vivo che comprende umanità, società, saper fare, cultura ed eredità. Il brand fa parte del gruppo tessile Shenzhen MyStyle.

Intitolata “Nature imprint”, la collezione primavera estate 2027 del brand Yiner, fondato nel 1996 in Cina e parte dello Yinger Fashion Group, rivolge lo sguardo all'archivio visivo che il tempo lascia sulle forme della natura. Le linee si sviluppano secondo movimenti radiali, avvolgenti e sovrapposti, passando dalla leggerezza alla profondità, dal vuoto alla materia, e portando una dimensione microscopica nello sguardo quotidiano. Il taglio tridimensionale si articola attorno alle curve delle spalle, del punto vita e degli orli; linee morbide seguono le forme del corpo, mentre strutture asimmetriche definiscono un nuovo ordine tra deviazione ed equilibrio.

Italianissima ma internazionale per vocazione, la collezione di Daniela Gregis, marchio di nicchia che ha costruito sulla qualità e sull'artigianalità la sua solida reputazione. La collezione ha sfilato presso l'Oratorio della Passione, accanto alla storica basilica di Sant'Ambrogio. I capi sono tutti giocati sui toni chiari: bianco latte, crema, rosa, qui e la lampi di giallo per lunghi vestiti in seta con collo tondo e stile impero. Via libera a gonne al ginocchio in tessuto stropicciato e con blusa abbinata: un'eleganza raccolta e discreta. Le borse sono morbide, quasi fagotti, che si mimetizzano con gli abiti. Marta Bortolotti, figlia della fondatrice Daniela Gregis, ha saputo interpretare, come sempre, la qualità dei tessuti con creatività, declinando la collezione in pezzi portabili, pantaloni larghi, camicie ampie, linee che accarezzano il corpo e ne definiscono un carattere fiero, che non ha bisogno di ostentare ma di sentirsi in armonia con la natura.

Lino, cotone, canapa e seta sono i materiali "portanti" di una collezione solare, che trova nel cortile dell'Oratorio della Passione uno spazio ideale per essere raccontata.

In passerella anche per questa collezione una sorridente Benedetta Barzini, modella acclamata negli anni '70, e volto interessante della moda.

Ieri, domenica, a chiudere le sfilate fisiche è stato, come ormai da tradizione, Giorgio Armani. La collezione, disegnata da Silvana Armani, è stata un alternarsi di giacche di chiara impronta maschile, con forme allungate e fluide, e di linee che seguono il corpo. Avorio, nero, oro. A segnare la metamorfosi, sia delle donne, sia dell'etichetta che si rinnova ma resta fedele a se stessa e alla propria natura, è la farfalla.

Onclusive
Tutti i diritti riservati
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

Le presentazioni: da Blauer Glam a Palmatic Studio, marchio fondato a Roma da Benedetta Mia Formilli Fendi

Blauer ha presentato a Milano B.Glam, capsule collection donna per la primavera estate 27. "Solitamente non ci rivolgiamo a un solo tipo di donna nelle nostre collezioni. Vestiamo donne di ogni età, per B.Glam ci immaginiamo una donna cha ha 25 come 40 anni, che lavora, viaggia, esce. Che conosce la qualità di Blauer, ma non vuole nascondere il suo corpo dentro un piumino tecnico. Non vuole essere solo “sporty”. Vuole usare lo sport come arma di seduzione. È la donna che sa che un capo tecnico, se lo rendi trasparente, lucido, attillato, diventa più sexy di un abito da sera". Con queste parole Enzo Fusco, presidente di Fgf Industry, ha spiegato qual è il target di B.Glam, la capsule collection che inaugura un nuovo capitolo nell'evoluzione del brand. La collezione è pensata per affermare Blauer nel segmento premium del womenswear internazionale. La capsule collection, presentata in uno storico ristorante siciliano rallegrato da numerose ortensie rosa shocking, rappresenta l'incontro tra tessuti di pregio, innovazione tecnica, ricerca stilistica e attitudine premium, reinterpretando il Dna del marchio attraverso una visione contemporanea, sofisticata e fortemente fashion.

Composta da venti look femminili e distribuita in una selezione di shop internazionali, la collezione è l'espressione "più esclusiva" dell'universo del marchio. Quanto al prezzo , "i capispalla escono attorno ai 450 euro, mentre per le altre categorie siamo al di sotto di questa cifra", ha sottolineato Fusco.

"La collezione è stata presentata in Italia, Germania e Spagna, i nostri principali mercati di riferimento", ha aggiunto Fusco, che sta già lavorando alla nuova collezione invernale, che sarà presentata a metà novembre. Ha scelto Milano per il suo debutto ufficiale anche Palmatic Studio, marchio fondato a Roma nel 2022 da Benedetta Mia Formilli Fendi, che appartiene alla quarta generazione della famiglia Fendi, ed è nipote di Franca Fendi.

"La produzione è interamente italiana", ha raccontato Benedetta Mia Formilli Fendi, fondatrice e direttrice del nuovo progetto indipendente di moda e gioielleria femminile.

La collezione per la primavera estate 2027, è stata battezzata “The Hours, Dalla notte alla luce. Il tempo della donna Palmatic”. "Racconta le ore che attraversa, gli spazi che occupa e il modo in cui trasforma ogni momento della giornata in un'espressione di sé", spiega Formilli Fendi.

"La moda una volta era più una questione prettamente estetica, ora è un fenomeno sociale, che veicola dei messaggi e racconta l'essenza e l'identità delle persone", ha sottolineato la fondatrice di Palmatic Studio, aggiungendo che il team del suo marchio è tutto al femminile, come lo era quello della sua famiglia che ha creato ed esportato il marchio Fendi nel mondo. Roma è il punto di partenza e la presenza costante della collezione. Una città capace di tenere insieme epoche, rigore e istinto, monumentalità e imperfezione. L'immaginario guarda alla luminosità sospesa dei dipinti di Lawrence Alma-Tadema, alle architetture classiche, al marmo, ai drappeggi e a una sensualità composta. Riferimenti che non vengono riprodotti letteralmente, ma tradotti nel linguaggio contemporaneo di Palmatic Studio, dove il corpo resta il centro della costruzione.

Alle silhouette aderenti, agli abiti drappeggiati, ai body e alle trasparenze si affiancano denim, camicie, completi, outerwear e capi più strutturati. I codici del brand si spostano dalla dimensione notturna a una quotidianità più ampia: un top sensuale dialoga con un pantalone preciso, il denim

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE: La
URL: fashionunited.it
> 28 settembre 2026 alle ore 8:53
> Versione Online

acquista tensione attraverso occhielli e stringature, una camicia o una giacca mantengono la stessa energia di un abito da sera.

Le costruzioni alternano aderenza e fluidità, controllo e movimento. Drappeggi, cut-out, corsetteria, ruching, piume e dettagli gioiello attraversano la collezione come elementi funzionali al corpo, mai decorazione fine a sé stessa.

La palette segue il passaggio dall'ombra alla luce: nero, bianco marmo, avorio, azzurro e toni polverosi. La luce romana diventa materia progettuale, illumina superfici, trasparenze e volumi e costruisce una continuità tra giorno e notte. Tanto bianco, crema e nero anche per Herno. La collezione Herno donna primavera estate 27 celebra la bella stagione con un guardaroba che unisce leggerezza, eleganza e funzionalità sviluppandosi in tre universi narrativi: Origin, Excellence e Advanced.

Origin rappresenta il Dna Herno, ossia materiali performanti, costruzioni innovative e dettagli

iconici ne definiscono essenzialità, sofisticazione, versatilità e contemporaneità.

Emblema di questa visione è l'impermeabile ultraleggero che rilegge i volumi e la palette degli anni

Ottanta attraverso un raffinato effetto glow e una ricerca cromatica vibrante.

Excellence esprime il massimo studio in Herno su materie e savoir-faire.

Tessuti pregiati, lavorazioni raffinate e dettagli in pelle definiscono silhouette essenziali e

al contempo ricercate. Emerge una giacca in prezioso tessuto dalla mano pesca con

alamari in vera pelle e un abito in lino con lavorazione à jour a valorizzare la tradizione

artigianale attraverso un linguaggio decorativo e sofisticato.

Advanced, infine, propone un'estetica ispirata all'architettura modernista, forme rigorose e

tessuti fluidi dialogano in equilibrio tra struttura e movimento.

Tra i progetti speciali ha debuttato Herno D'Atelier, capsule di t-shirt disegnate in Italia e

realizzate a mano da maestri artigiani indiani, dove ricami, cristalli, piume, origami e

lavorazioni tridimensionali trasformano il cotone in "oggetti da indossare”.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/