Il brand della lecchese Viviana Perpignano torna a far parlare. Per una buona causa...

Love Filled, dopo l'irriverenza ecco la charirity

Viviana Perpignano ha lanciato Love Filled, brand di capi ecosostenibili

LECCO (gcf) Nato a febbraio 2021 dalla lecchese **Viviana Perpignano**, Love Filled - il brand dai capi in cotone organico, dagli slogan irriverenti e con l'etica dell'ecosostenibile - torna a far parlare di sé. La ceo ci racconta che uno degli obiettivi principali della nascita del brand oltre al creare capi naturali fosse quella di creare una sezione charity all'interno del suo shop, realizzando tshirt che fossero finalizzate al sostegno di progetti e cause importanti,attraverso le parole. la scelta del nome del brand non a caso rivela a pieno il suo scopo.

Il fine del marchio infatti è quello di usare le T shirt come pagine bianche sulle quali scrivere slogan irriverenti talvolta arroganti ma che lascino il segno; parole destinate a fare la differenza.

«Credevamo che il progetto della "sezione charity" sarebbe stato un percorso lungo - spiega la ceo del brand tutto al femminile - invece, a pochi mesi dalla messa in chiaro, riescono a far nascere, la pink magic-shirt. T shirt creata a sostegno di "Pink is good", progetto della Fondazione Umberto Veronesi, impegnato nella lotta ai tumori femminili».

La scorsa primavera infatti le abbiamo viste per la prima volta impegnate a pochi mesi dalla nascita del loro ambizioso brand nella creazione di un capo dallo slogan che porta la firma di **Eleonora Fiorani** cantante marchigiana dalla fama internazionale che si cela dietro al suo alter ego di **Annita Lollo** nonché calamaio del brand e protagonista di altre capsule create in collaborazione con Viviana.

Dopo mesi di lavoro e brainstorming è nata così la "Pink-magic shirt", T shirt in puro cotone organico che stravolge con il cambio di una sola parola un ritornello a noi familiare, "Bibbidi bobbidi boobs". Slogan interamente ricamato dalla sarta pugliese **Fabiola Montinaro**, con lo scopo ironico favolistico che mirava a strappare un sorriso a tutte le donne che lottano contro la malattia ed alleggerire senza sminuire il loro difficile percorso e la loro rinascita. La Fondazione ha accolto con entusiasmo il prodotto, protagonista nella scorsa primavera in occasione della Festa della mamma e che è entrato nuovamente in occasione del mese rosa di ottobre per la prevenzione.

Vedremo di nuovo questo capo protagonista del brand in campagna dal 15 aprile al 15 maggio, dove parte dei ricavati come sempre verranno devoluti a sostegno di "Pink is good".

La T shirt è ufficialmente parte della sezione charity dello shop del brand che mirava ad accogliere più progetti con capi differenti; sezione che nonostante le fatiche del primo anno di attività durante una pandemia, finalmente accoglie altri due progetti importanti.

Lo scorso luglio approda infatti nella sezione charity l'associazione 'Noi come prima' che si occupa di seguire le donne affette da carcinoma mammario nel loro percorso oncologico, il brand realizza cosi' anche per loro un capo esclusivo. da pochi giorni è entrato a far parte di questo spazio anche il centro foglie che attraverso il self-help si occupa degli adolescenti vittime di bullismo e cyber bullismo e anche questa volta il team love filled crea un altro prodotto ambizioso.

Ad oggi infatti chi visita il sito www.lovefilled.it troverà nella sezione charity i tre progetti con i loro prodotti dedicati. Viviana ci spiega che le capsule create in collaborazione con Eleonora Fiorani, hanno visto nascere slogan poliedrici e versatili che potranno essere finalizzati in nuove cause dalle tematiche importanti.

Il nuovo obiettivo del brand infatti oltre alla sensibilizzazione del concetto di moda green è quello di poter accogliere nuove iniziative che spera di trovare nel territorio lecchese.

Un team femminile inarrestabile quello delle tre ragazze con un obiettivo davvero audace, che spera di far evolvere il comune concetto di brand.

GIORNALE DI LECCO
LUNEDÌ 4 APRILE 2022