



Bizzi (White): la data di settembre potrà dare un risultato più alto delle aspettative



Scritto da Isabella Naef

2 ore fa

"Evento diffuso", questo il nuovo termine, dopo l'abusato "phygital", per definire saloni e sfilate nell'era della pandemia da Covid-19. Si tratta, hanno spiegato gli organizzatori di **White** Milano e di Wsm, salone andato in scena dal 19 al 21 giugno, di un evento che collega e valorizza realtà diverse e i principali player per coinvolgere in modo nuovo gli addetti ai lavori e la città di Milano come punto nevralgico a livello internazionale. **White** è in agenda dal 23 al 26 settembre a Milano

Una modalità che ha avuto successo, almeno a giudicare dai dati di partecipazione registrati dai saloni fondati da Massimiliano **Bizzi**, e che sarà ripetuta anche per l'edizione di **White** in agenda dal 23 al 26 settembre. L'edizione si svolgerà in presenza nelle location di via Tortona e vedrà uniti i principali attori del sistema moda per una forte ripartenza di Milano e della sua fashion week.

Massimiliano **Bizzi** fondatore di **White** e Fabio Pietrella, presidente nazionale moda di Confartigianato Imprese sono stati promotori di un sistema di forti partnership e alleanze che li vedono uniti nella promozione della Milano fashion week a livello internazionale, spiega una nota.

White come vetrina rappresentata dal salone punto di riferimento per le piccole e medie imprese, Camera nazionale della moda per la gestione del calendario ufficiale delle sfilate ed eventi dei grandi brand moda, Csm-Camera showroom Milano e Cbi-The Best shop in qualità di operatori commerciali del settore, quindi, uniranno, ancora, le forze.

"Oggi più che mai l'aggregazione è sinonimo di saper leggere il segno dei tempi e del cambiamento. Basta pensare alla resilienza attraverso gli strumenti digitali, ma invito tutti gli imprenditori a pensare piuttosto alla vera ripartenza in presenza, puntando sulla data di settembre, che credo potrà dare un risultato ben più alto delle aspettative", ha sottolineato Massimiliano **Bizzi**, promotore insieme a Csm di Milano loves Italy.

Intanto, i dati dell'edizione appena conclusa indicano che, nonostante la complessità del



momento storico, in soli 3 giorni si sono registrate le presenze di oltre 1.200 operatori per visitare la mostra, tra stampa, buyer, opinion leader e pubblico interessato alla moda sostenibile. Sul sito di Wsm- **White** in forte aumento le visite al sito e l'engagement sui social (le interazioni su Instagram sono cresciute +288 per cento e sul sito +33 per cento) vista l'attualità dei temi affrontati durante gli workshop e i talk.

Foto: Wsm, Spazio Tazzoli, dall'ufficio stampa **White**

