

Milano. Sinergia per crescere a livello internazionale

Comune e Regione spingono il White

Marta Casadei

«La vicinanza delle istituzioni dà coraggio. E ci permette di crescere a livello internazionale, promuovendo le eccellenze made in Italy, la ricerca e i giovani talenti». Massimiliano Bizzi, fondatore di White, ha presentato ieri a Palazzo Marino la prossima edizione di White Man and Woman, dal 16 al 18 gennaio in zona Tortona. E ha sottolineato l'importanza della sinergia tra il salone, il Comune di Milano, che lo patrocina e ha confermato la collaborazione per tutto il 2016, e la Regione Lombardia. Quest'ultima ha infatti finanziato con 200 mila euro il progetto formativo "La tradizione, il valore, il bello training and show", co-gestito da M.Seventy (società cui fa capo

White) e Cna Federmoda e presentato in risposta a un bando regionale sul tema dell'innovazione e della creatività nei settori moda e design. Le 16 aziende avranno un loro spazio nella prossima edizione di White: «In Lombardia non mancano le idee né le imprese in grado di realizzarle - ha detto Mauro Parolini, assessore regionale allo Sviluppo Economico - ma c'è bisogno di una maggiore integrazione tra settori per eccellere a

FOCUS PMI ARTIGIANE

Al salone parteciperanno 16 aziende italiane coinvolte nel progetto «La tradizione, il valore, il bello» con Cna Federmoda

livello internazionale». L'edizione di White di gennaio è a sua volta una scommessa vinta: «Lo scorso anno abbiamo deciso di presentare insieme le collezioni uomo e donna - ha detto Bizzi - in risposta a un'esigenza del mercato. L'idea ha avuto successo: a gennaio i brand femminili raddoppieranno rispetto all'edizione di giugno e il peso del womenswear si avvicinerà al 50% dell'intera offerta». Tra via Tortona 27 e 54 saranno esposti i prodotti di 231 aziende, il 15% in più rispetto a giugno: proposte contemporary italiane e straniere, pensate per attirare l'attenzione dei buyer internazionali che frequentano il salone, con una prevalenza di giapponesi, cinesi, coreani e nord-europei. White stringe il focus su altri due temi chiave: il web - con il progetto Wow by Highsnobiety e Luisavia Roma dedicato allo sportswear - e i giovani, con il concorso Time in collaborazione con Camera Buyer.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

