



A Milano torna White con due nuove edizioni

Format digitale

Marchi sostenibili, dal 19 al 21 giugno, e in presenza dal 23 al 26 settembre

Chiara Beghelli

«La pandemia ci ha dato una lezione fondamentale: che solo facendo sistema, con generosità e aggregazione, possiamo crescere»: così Massimiliano Bizzi ha presentato ieri a Milano le due nuove edizioni di White, salone della moda di ricerca che ha fondato nel 2002 e che tornerà con due appuntamenti: Wsm (White Sustainable Milano), con un focus sui marchi sostenibili, dal 19 al 21 giugno, e White, che tornerà finalmente in presenza, dal 23 al 26 settembre, con 250 marchi in due location del Tortona Fashion District, dove si attendono 10mila visitatori. «Il cambiamento è necessario, per noi, per la città e i suoi operatori - ha proseguito -; per questo abbiamo deciso di chiamare la nuova edizione di White "Sign of the times", come la canzone di Prince, perché dobbiamo interpretare questo cambiamento». L'evoluzione di White ha come orizzonte i

prossimi cinque anni: «In questo periodo rafforzeremo la nostra identità di piattaforma per far crescere piccole e medie aziende e brand - spiega Stefania Vismara, nuovo direttore generale di White -: saremo una sorta di incubatore, una factory, dunque seguiremo ogni brand in tutto il suo percorso, dalla creatività alla comunicazione agli aspetti di business, fornendo un contatto continuo con i buyer internazionali su canali on e offline».

«La piattaforma di White rappresenta non solo piccole aziende e start up, ma anche il tessuto delle medie aziende che sono il cuore dell'economia della moda - aggiunge Brenda Bellei Bizzi, ceo White -, marchi che si possono trovare nelle boutique insieme alle griffe e che attraggono i buyer per il loro contributo di ricerca. White è la fiera di riferimento nel mondo per questo segmento, ma anche vetrina di Milano». Per gli organizzatori di White, che vuole evolversi in "fiera diffusa" nella città, è cruciale che Milano investa nel suo sistema moda: «Il nostro sogno è trasformare la settimana della moda di Milano in un Expo - ha aggiunto Bizzi -, che possa creare un importante indotto: basti pensare che nei giorni della moda a Milano sono presenti ben 10mila marchi in 700 showroom».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

