

milano arte moda

INTERVISTA A MASSIMILIANO BIZZI, FONDATORE E ANIMA DI WHITE

19. 02. 2015

★★★★★

valuta 5

VALUTAZIONE



White, il salone della moda anticonvenzionale e di tendenza, è giunto al quindicesimo anno di attività e successi. Abbiamo incontrato il suo direttore e fondatore, Massimiliano Bizzi, per farci aprire le porte della fiera dei brand emergenti e dei nuovi creativi.

Ci sono tante definizioni di White, da salone anticonvenzionale a fiera delle avanguardie: cos'è White? Come si definisce?

Il White è un salone che rappresenta, con le sue 500 aziende, la moda contemporary, in particolare durante la Fashion Week Donna. Oggi è diventato il salone del riferimento della moda donna e sicuramente l'avanguardia è ciò che ci differenzia.

Come nasce l'idea di White?

È nata perché io, come imprenditore, seguivo anche l'azienda di famiglia, Collection Privé. Seguendo la mia azienda, e quindi seguendo le medie e piccole aziende di qualità e ricerca, mi rendevo conto che mancava un salone di riferimento e ho cominciato a pensare a questo progetto.

Su LinkedIn scrive "Founder and soul di White fashion show". In che senso anima?

L'ho inventato, quindi il mio legame è sicuramente forte. L'ho creato, partendo da un'intuizione: è un po' un figlio adottivo.

Si è da poco conclusa l'edizione di gennaio, la 29ma: com'è andata?

L'ultima edizione è quella legata alla Fashion Week maschile. Questo salone raccoglie l'uomo e le pre-collezioni donna, è stato aperto nei canonici tre giorni, dal 18 al 20 gennaio, e grazie alla nostra ricerca di tendenze e di brand nuovi è stato davvero seguito dai migliori buyer del mondo, con una grande affluenza di nomi importanti dal mondo asiatico, Giappone, Corea e Cina. Siamo cresciuti del 18%: una crescita molto importante.

Quale credi siano le ragioni di questo successo?

Sicuramente è un momento in cui l'uomo sta diventando molto più importante, dopo anni che era un po' sottotono, e sta diventando a sua volta un settore di ricerca, più innovativo e più fresco. Quindi vengono da noi perché sanno di trovare qui le cose più nuove.

C'è una fortissima proliferazione di saloni, eventi e appuntamenti nei settori della moda. Cosa ne pensa?

Un conto sono gli eventi e un conto sono i saloni, dove i buyer vengono a comprare. Nei saloni ci stiamo tutti evolvendo, e White, nonostante inizi ad avere i suoi anni, è l'ultimo nato e non vedo altri saloni nuovi. I saloni hanno radici ben consolidate, quando c'era bisogno di una cosa nuova, White ha colto questa esigenza, diventando un punto di riferimento. Dalla ricerca alla grandezza in 12 anni, questo significa che il mercato aveva un vuoto che noi abbiamo colto e colmato. Oggi ci sono tante cose, ma i saloni non sono tanti e hanno ognuno la propria identità; le altre realtà sono una ricchezza.

Oggi White vanta due estensioni internazionali, a New York e a Shanghai. La moda italiana è ancora importante all'estero?

La moda italiana all'estero è molto importante, siamo ancora il riferimento. Io viaggio molto, ultimamente sono molto in Cina, e l'Italia ha ancora la bandiera della moda, gioca un ruolo molto importante. Noi, in parallelo, stiamo lavorando per portare una parte del White all'estero.

Milano è ancora la città della moda?

Certo, come no. Quali sono le altre capitali della moda? Milano ha le sue peculiarità, diverse da Parigi e da New York, ma non è certo meno importante. Per la distribuzione è la città più importante, il vero business si fa a Milano.

Cosa si può migliorare del sistema moda milanese?

Si può sempre migliorare. Stiamo facendo tanto, siamo al lavoro anche con l'amministrazione pubblica e devo dire che c'è un aiuto concreto. Noi lavoriamo con l'assessorato, che è molto attivo e molto presente.

Che importanza ha avuto Milano per il White?

Milano è stata fondamentale. Non poteva nascere il White senza Milano

I tuoi luoghi del cuore di Milano?

Sicuramente trovo nella zona Tortona un luogo vivace, nuovo, giovane, secondo me meraviglioso. È una zona super moderna, qualsiasi straniero che venga qui la trova una zona di fascino. Non dimentico neanche il grandissimo fascino del centro di Milano, anche il Quadrilatero della moda dimostra quanto è importante e quanto è internazionale la città.