

**STRATEGIA VINCENTE**

Il presidente Bazzi «Così le aziende riguadagneranno terreno»

«White da sempre offre ai buyer le collezioni più adatte al momento – spiega Massimiliano Bazzi (nella foto), presidente e fondatore di M. Seventy e White – questo l'ha reso un punto di riferimento, vista l'esigenza di proposte differenti rispetto al passato». Il gruppo M. Seventy, «sta lavorando nei Paesi più importanti economicamente come l'Arabia Saudita, riuscendo a portare designer e buyer, l'unica strada percorribile per permettere alle aziende di recuperare i fatturati di un tempo».

La strategia di White «mira ad aumentare la presenza di compratori esteri, che ora è al 50%. All'edizione di febbraio, abbiamo invitato nuovi buyer selezionati, frutto del nostro lavoro nel Golfo arabo e in altri Paesi, mercati in divenire e con grande potere di acquisto. Il salone di settembre scorso «ha registrato un +7% dell'estero alla nostra esperienza in marchi di aziende di medie dimensioni, che puntano sulla qualità e non solo sul marketing, un fattore che in questi Paesi viene

percepito come vero lusso». Sarà però a settembre che White cambierà, «con un restyling sulla struttura per portare sempre maggiori risultati alle aziende», conclude Bazzi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

