

# I cacciatori di «talenti sostenibili». Anche nel prezzo

## Bizzi del White: «Il cliente cerca un nuovo modello di consumo». Le storie e le tendenze

di **Maria Teresa Veneziani**

La Fashion Week si chiude e al White, il salone che negli anni è diventato un riferimento della moda di ricerca e contemporanea, tra i circa 300 espositori si avverte una certa soddisfazione. «Dati i tempi non era scontato. Li selezioniamo andando in giro per il mondo a cercare brand autentici e artigianali. Del resto, è questa la risposta alla crisi, in un mondo in cui persino il lusso sembra essersi omologato — racconta Brenda Bizzi, ceo e co-fondatrice con il marito della manifestazione —. Io viaggio tra i Paesi e posso testimoniare che tutti cercano un nuovo modello di consumo, realmente sostenibile, anche dal punto di vista qualità prezzo». Tra gli stand di via Tortona a vincere è la personalità di brand che si identificano spesso con i giovani creativi di altri mondi o le nuove generazioni delle manifatture italiane. È il caso di Faliero Sarti, azienda di tessitura celebre per le sue stoffe arrivata alla terza generazione (ma al White c'è la quarta, 9 anni) che lancia i capi da va-



canza: fresche camicie lunghe a righe in popeline e gonne a portafoglio da portare con bluse in crepe di seta. Sono le storie il valore aggiunto di borse e vestiti che creano un ponte tra

passato e futuro. Da Front Street pigiami riviera, tuniche e camicie hanno ricami antichi perché tutti realizzati con centini, tovaglie, tovaglioli recuperati nel più grande mercato

vintage, quello di Prato, sede dell'azienda. Inutile dire che ogni pezzo è diverso. È una storia di artigianato romantico quella di Benares: con bluse e gonne e ciftani in lino realiz-

zati a mano fin dal filo. Madhu Killa racconta che il brand è il nome della sua città e che alla sua moda lavorano tutti i membri delle famiglie di due villaggi nei pressi di Calcutta.

«In uno si tesse il tessuto, nell'altro si fanno i ricami».

Arrivano dalla Colombia le borsine Verdi realizzate all'uncinetto con un filo di rame bagnato in oro o argento. Sono Made in Belluno invece le borse di Salce, azienda specializzata negli astucci degli occhiali che sfrutta il prezioso know how per creare borse scocca morbidiissime. Puffose — Ispirate al cuscino — e morbide grazie alla nappa, sono le borse Cava della famiglia Gavazzeni partita dalle cinture. Nel settore degli emergenti di Marangoni c'è Unhidden, abbigliamento pensato per semplificare la vita alle persone con disabilità di ogni tipo. Una bella sorpresa.

Alla rosticceria Giacomo, Cava, alias Martina Boero, ha presentato abitini sbuffanti nei quadretti bianchi e rossi delle tovaglie e canotte tricotiate a fiori con materiali di recupero. Coccinelle tra i decoratori di azulejos, mattonelle della tradizione portoghese, ha presentato la C-ME Bag, in pelle o canvas, perfetta per lo stile bon ton. La tedesca MCM lancia la collezione senza stagioni e rende le borse cross body. Pollini ribadisce le tre calzature fondamentali della donna d'oggi: la ballerina, il sandalo tacco 5 e un sabot per innalzarsi con i vestiti fruscianti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA