



Bizzi : «Al prossimo White ancora più ricerca e internazionalità»



DAL 19 AL 22 SETTEMBRE

17 July 2024

Facebook [Bizzi %3A%20%20C2%ABAI%20prossimo%20 White %20ancora%20pi%C3%B9%20ricerca%20e%20internazionalit%C3%A0%20BB" target="_blank"> Twitter](#)



Iniziano a emergere i primi dettagli sulla prossima edizione di White, il salone di zona Tortona che torna alla ribalta da giovedì 19 a domenica 22 settembre durante la fashion week milanese.

Massimiliano Bizzi, presidente e fondatore del salone (nella foto sotto), anticipa chi saranno i protagonisti delle *Secret Rooms*, spazi espositivi dedicati ai talenti internazionali di nuova generazione ad alto tasso di creatività. «Puntiamo su **Prototype:AM**, **Miaoran**, **Yangkehan** e **Yid'Phrogma** - spiega -. Designer internazionali, ma che hanno anche un legame forte con l'Italia». Se Prototype:AM, proveniente da Berlino, rilegge in chiave innovativa il capospalla, Miaoran affonda le sue radici in Cina ma il suo artefice **Miao Ran** vive e lavora stabilmente a Milano. Influssi cinesi ed europei caratterizzano Yangkehan, mentre Yid'Phrogma si riallaccia alla cultura tibetana da cui prende il nome, che tradotto in italiano è «ragazza affascinante».



«Siamo al lavoro per aumentare la presenza di buyer esteri in fiera - dice **Bizzi** - anche grazie alla sinergia con le istituzioni, a partire da **Ice Agenzia**. Ascoltando le richieste dei nostri espositori, puntiamo a convogliare su **White** compratori non solo provenienti da mercati consolidati, ma anche emergenti o in forte crescita. Penso per esempio ad America Latina, Middle East ed Est Europa, che trovano nel salone, e più in generale nella fashion week milanese la cui forza d'attrazione è in aumento, un punto di riferimento importante».

Anche in quest'ottica sono stati scelti i brand che saranno presenti all'interno delle *Secret Rooms*, che come il resto degli espositori sono frutto di un'attività di scouting continua, sotto la guida della general manager **Simona Severini**.

«Alla recente seconda edizione di **White Resort** - continua Massimiliano **Bizzi** - il 65% degli ingressi è stato dall'estero, così come a **White** di febbraio avevamo registrato un incremento del 10% delle presenze internazionali. Questo non significa mettere in secondo piano l'Italia, ma ampliare gli orizzonti: è il mercato che ce lo chiede».

«Siamo convinti che per spingere l'acceleratore sulla ricerca e la creatività sia proprio questo il momento giusto - conclude -. I buyer sono sempre più consapevoli che oltre ai big brand devono offrire altro, ossia novità creative, di valore e con un ottimale rapporto tra prezzo e qualità. Su questo puntiamo a **White** da sempre e a settembre ancora di più, in linea con il nostro motto "Sign of The Times"».

Nella foto di apertura un modello di Miaoran e qui sotto lo stile di Yangkehan

