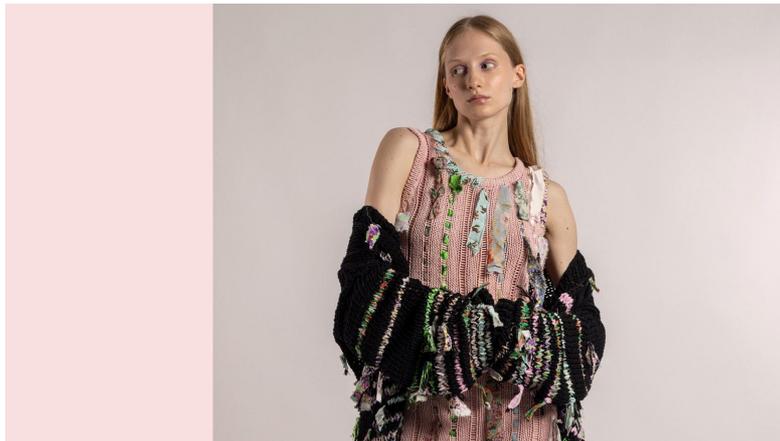




White Milano rilancia con oltre 300 aziende



Business

La fiera torna dal 19 al 22 settembre con un brand mix tra ricerca e artigianalità. «La crisi è stimolo per trovare nuove alleanze», spiega il founder **Massimiliano Bizzi**

di MICHELA FRAU

tempo di lettura

Leggi dopo

White Milano)" id="25ef782b">

Un look Cavia (courtesy **White** Milano)

Tutto pronto per **White Milano**. Con oltre 300 aziende invitate a presentare le collezioni primavera-estate 2025, la fiera fashion torna dal 19 al 22 settembre negli spazi milanesi di **Superstudio più** e del **Base** di via Tortona. Un momento di grande traffico per la città, che in quei giorni sarà anche teatro dei défilé **Milano moda donna**, e che come evidenziato dal founder e art director del **White**, **Massimiliano Bizzi**, «deve diventare uno straordinario punto di riferimento mondiale per la moda, esattamente come già lo è per il design».

Per raggiungere tale obiettivo, in un momento complesso per il settore, che va sfruttato come occasione di rinnovamento e evoluzione, occorre vivere la crisi come opportunità di cambiamento stringendo nuovi patti ed alleanze. Per questo, durante la conferenza di presentazione, il team del **White** ha svelato la nascita di un'importante alleanza che verrà rivelata nei prossimi giorni. «È innegabile che questo sia un momento complesso per le pmi», evidenzia **Moreno Vignolini** di **Confartigianato imprese**, partner storico della manifestazione insieme a **Ice-Agezia** e **Maeci-Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale**. «Il settore ha registrato un calo del 24% nella produttività rispetto al 2019, si stima che le aziende italiane del comparto moda perdano 23 milioni di euro al giorno nel 2024, ma siamo pronti ad affrontare le sfide del settore con il sostegno alle imprese, considerando che oltre il 50% delle aziende del sistema moda italiano sono di piccole e medie dimensioni», prosegue Vignolini, che sottolinea la necessità di instillare una rivoluzione nelle abitudini dei consumatori, che devono comprare con prezzi giusti prodotti di qualità.



Una rivoluzione che **White** si impegna a compiere con il suo brand mix. Dal berlinese **Prototype:am** al tibetano **Yid'Phrogma**, fino al brand di upcycling di **Cavia**. Una costellazione di piccole realtà che nel Dna hanno la creatività e, come sottolineato da **Simona Severino** general manager di **White**, avendo una struttura più snella riescono a cogliere e elaborare al meglio le esigenze del mercato. E tra le novità, spazio ai giovani e alla collaborazione con l'**Istituto Marangoni** grazie alla quale, cinque meritevoli alunni, potranno svelare le collezioni in uno showroom appositamente creato per favorire l'incontro con i buyer internazionali. (riproduzione riservata)

Michela Frau



Uniqlo nomina Clare Waight Keller direttore creativo

MF fashion

La newsletter per rimanere sempre aggiornato sul mondo del lifestyle

