



Per la seconda edizione di White resort in scena 101 aziende

Di Barbara Rodeschini06 Giu 2024 White resort in scena 101 aziende"
decoding="async" sizes="(max-width: 750px) 100vw, 750px"
data-src="https://www.pambianconews.com/wp-content/uploads/2024/06/agua-by-agua-bendita-3-750x375.jpg"
data-srcset="https://www.pambianconews.com/wp-content/uploads/2024/06/agua-by-agua-bendita-3-750x375.jpg 750w,
https://www.pambianconews.com/wp-content/uploads/2024/06/agua-by-agua-bendita-3-360x180.jpg 360w,
https://www.pambianconews.com/wp-content/uploads/2024/06/agua-by-agua-bendita-3-1140x570.jpg 1140w" data-sizes="auto" data-expand="700" id="726ace73">

A meno di una decina di giorni dal taglio del nastro inaugurale, è tutto pronto per la seconda edizione di White Milano di giugno con il format dedicato al mondo resort. “Non è un momento facile nella moda e sono orgoglioso di poter dire che White, con idee, innovazione, coraggio, costanza e lavoro, introduce nuovi format. Siamo sempre molto attenti alle evoluzioni del mercato del nostro settore. Ad oggi il mondo Resort rappresenta una grande opportunità di business per le nostre aziende, in quanto i più importanti resort al mondo già esistenti e quelli in apertura, specialmente nell’area del Middle East, ci stanno chiedendo di avere nuovi brand di ricerca. Per questo motivo crediamo e continuiamo ad investire in quest’iniziativa” spiega **MassimilianoBizzi**, presidente e fondatore di White.

“Milano deve avere queste innovazioni, cogliere i momenti economici di cambiamento e il Resort è un cambiamento, perché non ce mai stata una fiera in Italia dedicata a questo mercato e White l’ha creata”, sottolinea **Bizzi**. “Non sono milanese – aggiunge – ma mi rendo conto quanto Milano dopo Expo sia cresciuta in termini di attrattività. L’esempio più significativo è il successo del Salone del Mobile, che quest’anno ha raggiunto numeri impressionanti. La moda deve fare uguale ma ci deve essere una chiara volontà politica di investire sulla moda. Non solo, secondo un recente studio, ogni 100 persone che vengono a Milano, 40 si fermano per conoscere il nostro paese. Quindi Milano è il punto di partenza e questo vuol dire che turismo e moda sono insieme, ciò significa ricchezza, attrattività, volumi e business. L’internazionalizzazione parte da qui, portare operatori nel nostro paese è cruciale perché ne apprezzino l’eccellenza e la cultura e quindi decidano di investire”.

L’appuntamento, patrocinato dalla **RegioneLombardia** e dal **ComunedMilano**, andrà in scena la settimana prossima, dal 15 al 17 giugno, presso il Superstudio Più in via Tortona 27, con 101 aziende, 41 in più rispetto all’edizione del 2023, e con una partecipazione internazionale che raggiunge il 65 per cento.

“Siamo ormai partner storici di White ed è vero, stiamo attraversando un momento molto particolare. La moda, dopo l’entusiasmo post pandemia, vede un rimbalzo negativo negli ultimi tempi molto importante e questo vale anche per i grandi nomi del settore”, continua **MorenoVignolini**, presidente di **ConfartigianatoModa**. “Noi del mondo delle piccole imprese, noi artigiani, abbiamo nel Dna una forza che ci deve e ci consente comunque di andare avanti, di guardare oltre. Come Confartigianato abbiamo sollecitato il governo affinché potesse prendere delle iniziative a supporto e a sostegno delle imprese in questo momento, chiedendo degli incentivi anche nella partecipazione a eventi di mercato, ma soprattutto per quanto riguarda la parte di liquidità. Non entro troppo nei tecnicismi, nella parte politica ma il Governo ci sta ascoltando e aspettiamo una norma che dia supporto, soprattutto da un punto di vista di liquidità alle imprese”.



Sul fronte creativo, il team di **White** Resort guidato dalla general manager **Simona Severini**, ha composto un percorso espositivo trasversale, dove trova casa un guardaroba che nasce dall'esperienza nel prêt-à-porter del salone e abbraccia nuove tendenze e influenze provenienti da tutto il mondo. La selezione, infatti, offre diversi angoli di lettura che spaziano dalla collezione inedita **AguadiAguaBandita**, cui è dedicata una special area, alla visione cosmopolita di **SrutiDalmia**, fino alle maison italiane come **FalieroSarti**, che svelerà la prima capsule collection di caftani. Tra le novità del salone, che può contare sulla consulenza di **DeniseTogni** e **LuciaMissoni** dello showroom360, anche la partecipazione di distributori come **VictorShowroom** e di **SummerGames**. "Onore e il merito a Max e a Moreno che hanno avuto la correttezza e il rigore morale di dire che c'è una crisi. Di solito è una parola che si evita di pronunciare, ma invece bisogna farlo perché almeno rispondiamo a che cosa può succedere", conclude **MarioBoselli**, membro del Cda di **White** Milano. "Ci dobbiamo chiedere come uscirne sebbene non ci sia una causa scatenante. Ho due convincimenti: il primo è che ne usciremo in tempi brevi-medi; il secondo riguarda la filiera e la sua centralità. Basti pensare che il 70% della produzione di alta gamma della filiera del tessile abbigliamento è realizzato in Italia. Questo significa che la filiera va protetta e sostenuta e lo sforzo che sta facendo **White** va in questa direzione", conclude Boselli.

