



Milano, il salone del prêt-à-porter

Ricerca e design La moda di White oltre le incertezze

Bellagamba

a pagina 21

Ora il lusso si fa con la ricerca «White va oltre le incertezze»

Milano, torna la fiera del prêt-à-porter in contemporanea alla Fashion Week: idee fresche di **Vittorio Bellagamba**

MILANO

La nuova edizione di White Milano, l'evento internazionale dedicato alla moda donna prêt-à-porter è di scena da giovedì 19 a domenica 22 settembre 2024, in contemporanea con la Milan Fashion Week. Le collezioni Primavera-Estate 2025 di oltre 300 aziende verranno esposte all'interno delle location principali di White, il Superstudio Più (Via Tortona 27) e il Baase ex-Ansaldo. Rinnovato il patrocinio del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari esteri, di ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e con la partnership di Conartigianato imprese.

Un rapporto consolidato che dura da molte edizioni e che favorisce nei giorni della manifestazione l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera che aumentano in percentuale stagione dopo stagione. «Per Milano la moda è un asset importante: significa occupazione, crescita economica, reputazione e attrattività anche grazie alle nostre fashion week e appuntamenti come White. Una manifestazione che è cresciuta fino a diventare una vetrina internazionale, capace di anticipare tendenze e selezionare proposte di qualità, con una attenzione sempre maggiore alla sostenibilità e all'innovazione, valori fonda-

mentali del nostro patrimonio manifatturiero», dichiara Alessia Cappello, assessora allo Sviluppo Economico del Comune di Milano.

Massimiliano Bizzi, fondatore e art director di White ha detto: «Il settore vive un momento di grande incertezza e questo è evidente a tutti, come si vede da questa presentazione la nostra strategia è quella di lavorare attentamente per portare a White marchi di ricerca e tante novità che possano attirare l'attenzione dei buyer più importanti ed internazionali. È proprio in questi momenti che si può scrivere una pagina nuova, che si possono fare nuove alleanze e grazie alla visione creare progetti più contemporanei». Quale strategia adottate per crescere? «Il nostro modo proattivo di approcciare i cambiamenti della moda. Giriamo in tutto il mondo con lo scopo di conoscere i giovani designer valutare le loro idee e i loro progetti. Dopo un'attenta selezione scegliamo quelli che a nostro avviso possono partecipare a White e li portiamo a Milano. In questo modo proprio Milano potrebbe essere sempre più il punto di riferimento delle nuove tendenze globali della moda. Oggi i talenti sono in ogni angolo del mondo spetta a noi individuarli. Mentre prima la ricerca si





concentrava in Inghilterra, Francia, Stati Uniti e ovviamente in Italia oggi non è più così. Siamo alla ricerca delle nuove tendenze che possiamo trovare nei Paesi arabi o in Brasile e comunque in ogni angolo del pianeta».

Simona Severini, general manager di White, punta alla collaborazione: «Per noi la moda non ha confini. Avvertiamo la necessità di dialogare a 360 gradi con tutti gli operatori e i designer del comparto. Attraverso la contaminazione di culture e di gusti riusciremo a garantire anche ai creativi italiani quei nuovi stimoli per accrescere la creatività dando alla moda nuove opportunità di sviluppo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Massimiliano Bizzi, founder di White

IL FONDATORE

Massimiliano Bizzi:
momento difficile
per l'intero settore
Portiamo tante novità
per attrarre i compratori

