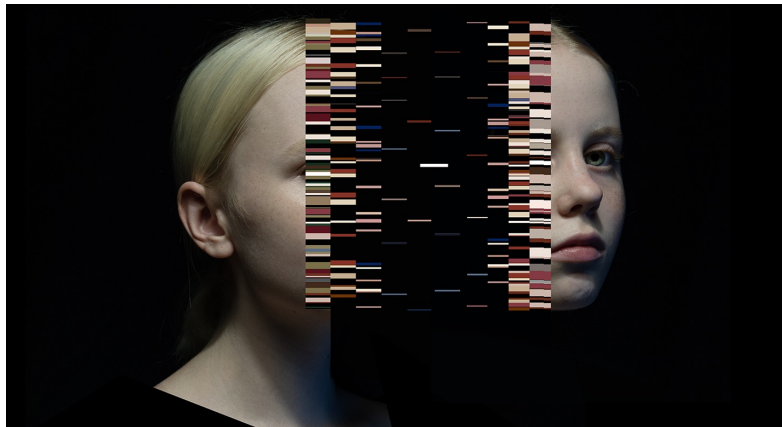




White , Bizzi richiama Severini per crescere nel segno dell'internazionalità



Di Barbara Rodeschini 1 Febbraio 2023

White si prepara a raccontare la moda per la prossima stagione fredda. In calendario dal 24 al 27 febbraio, posticipando di un giorno l'apertura, da venerdì a lunedì anziché da giovedì a domenica, White evolve il tema di settembre da 'An eye on the future' in 'Facing the new con l'obiettivo di essere una vetrina globale.

“Questa edizione è stata pensata per offrire una risposta ancora più decisa a buyer e aziende, che sanno di trovare nel salone un brand mix intelligente”, ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, presidente e fondatore di White, “presentiamo oltre trecento collezioni, selezionate nel segno della qualità e dell'innovazione. Non ci interessa rincorrere i numeri pre-Covid, sappiamo che il mondo è cambiato e anche noi. Molte manifestazioni sono disorientate, schiave del proprio passato. Noi no, vogliamo guardare il futuro e confrontarci con il nuovo, pertanto, negli spazi del Superstudio Più – via Tortona 27, del Base Ex Ansaldo Via Tortona 54, i buyer avranno modo di incontrare il meglio dello stile, selezionato per offrire spunti inediti, visioni inaspettate e prodotti di grandissimo interesse italiane ed estere. In questa direzione abbiamo coinvolto nel ruolo di guida del team Fashion research, Promotion and Development, **Simona Severini**, una figura chiave con cui nel 2002 ho fondato White”.

Realizzata con il patrocinio del Comune di Milano e con il supporto di Maeci- Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e in partnership con Confartigianato Imprese, la nuova edizione della manifestazione evidenzia i temi della sperimentazione e della contaminazione. “Il percorso di White si snoda attraverso una visione internazionale. L'iter percorso narrativo è studiato per sottolineare tanto l'avanguardia quando la cultura della moda – ha proseguito Severini. – E se nel primo caso, l'attenzione è tutta per la selezione delle nostre Secret Rooms e la creatività di **Dreaming Eli**, **Studio Pansters**, **Riz Poli** (il riscontro definitivo della sua presenza sarà confermato nei prossimi giorni, ndr) e gli esponenti della Fashion minority alliance con **Romeo Hunte** e **Olubiyi Thomas**; nel secondo, festeggiamo il nuovo capitolo del progetto di Expowhite patrocinato dal Ministero della Cultura che va a toccare le geografie creative meno convenzionali”. Nel dettaglio, lo sguardo del salone sulla creatività oltreconfine va a toccare l'estetica scandinava con i designer di Norwegian Fashion Hub; l'heritage nativo canadese grazie al supporto dell'Ambasciata di Ottawa



con il programma IFA- Indigenous Fashion Art e la produzione di ultima generazione, che proviene da Armenia e Moldova. “La partecipazione di aziende estere è cresciuta del 13% – ha concluso **Bizzi** – questo porta l’offerta italiana/straniera in sostanziale parità ed è significativa dell’efficacia dell’operato di **White** nel reclutare con attenzione solo le realtà migliori e più interessanti. Siamo tutti consapevoli del fatto che il tempo a disposizione dei buyer è sempre meno. Visitare un salone deve essere un’opportunità, che potenzia il loro lavoro e che ne arricchisce la ricerca. **White** è questo, un’occasione che valorizza il lavoro di tutti, aziende e compratori”.

