



L'INTERVISTA MASSIMILIANO BIZZI

«Il mondo è cambiato Abbinare street style e sostenibilità»

«**LA MODA È CAMBIATA.** Oggi serve sempre coraggio, passione ma anche tanta razionalità». Massimiliano Bizzi (nella foto al centro), imprenditore bolognese, fondatore e presidente di White, la grande fiera che a settembre prossimo aspetterà con le sue collezioni donna e lifestyle 25.000 visitatori nel suo epicentro di via Tortona a Milano, traccia un bilancio dell'edizione appena terminata di WSM, il nuovo appuntamento per moda uomo e donna che si è svolto dal 15 al 17 giugno scorso, in contemporanea con le sfilate di Milano Moda Uomo e che con solo 62 espositori ha acceso i riflettori su un nuovo modo di fare fiera. Marchi emergenti, grandi griffe conosciute a livello internazionale, brand sportivi ed etichette che nascono dalla creatività e dal know how artigianale: questa è stata la vetrina di WSM, acronimo di White Street Market, dove la S simboleggia non solo il trend derivante dalla moda contemporanea di strada, ma anche il fashion glamour di natura sostenibile, con connessioni al mondo sportswear.

Presidente Bizzi cosa vuol dire WSM? E come si distingue nel panorama delle fiere italiane?

«Vuol dire occhio allo stile di strada e mercato per tutti, specie

per i giovani, perché il nostro è stato un salone inclusivo, aperto anche al pubblico, che è potuto venire a vedere come nasce la moda e quali sono i nuovi input sulla sostenibilità. Insomma, oggi serve toccare con mano i prodotti,

guardarli da vicino e informarsi su come e dove sono fatti. Abbiamo avuto più di 50 tra eventi e attività, con presenze importanti come l'Onu e la fantastica Vivienne Westwood da anni impegnata sui temi dell'ambiente. I giovani vogliono capire un po' di più, per esempio sui procedimenti di risparmio di acqua, del 75%, che derivano dalla produzione di Candiani Denim».

T a n t o street style e tanta sostenibilità?

«È necessario abbinare i due mondi. Io credo molto nella sostenibilità. E' inevitabile. La cultura del web e i ragazzi ci insegnano, la moda low coast sfrutta le persone al lavoro e la natura coi processi inquinanti. La forza del Made in Italy è che noi produciamo in modo etico, facendo le cose per bene. È ora di dirlo, è l'ora di fare la differenza





su chi sfrutta operai e ambiente. Ha ragione la Westwood quando dice: compra meno, scegli meglio che le cose durano di più».

Come vede la situazione della moda italiana e in particolare quella di Milano, capitale internazionale?

«Per la moda donna Milano va molto bene, per l'uomo invece molto male. Non per niente ho fatto un evento alternativo pochi giorni fa come WSM. Noi di White con Confartigianato Imprese e col Ministero dello Sviluppo Economico, con ICE e Camera della Moda, col sostegno del Comune di Milano, faremo sempre di più, il momento per la moda uomo è serio. La strada è lunga, sennò avanza Parigi che con le sfilate uomo si è molto rafforzata. Dopo Pitti Uomo a Firenze nell'ultima edizione molti compratori hanno saltato Milano e sono volati subito a Parigi. Dobbiamo essere più forti come sistema. Il mondo stilistico ha bisogno di rimodernarsi. Deve imparare a parlare con la gente, coi giovani, la moda si deve aprire. Ci si deve riappassionare alla moda dal basso. Gli abiti devono essere un fatto di passione, non si consumo».

I prossimi passi?

«Al White di settembre con la donna ci saranno più di 500 marchi, faremo un padiglione dedicato tutto alla sostenibilità».

Eva Desiderio