



Piccole e medie imprese sul palcoscenico di White

La kermesse di Tortona si allarga all'ex Carrozzeria

SI PONE COME SALONE di riferimento delle piccole e medie aziende la nuova edizione di White, che inaugura il 19 settembre, un giorno prima del solito, in una nuova location - l'hub di Tortona 31, l'Ex Carrozzeria - e con una crescita del 4% dei marchi esposti, oltre a un nuovo progetto in collaborazione con la Camera dei Buyer. «La collaborazione tra White e il Comune si dimostra, anno dopo anno, un elemento imprescindibile per il successo della Milano Fashion Week - commenta l'assessore Cristina Tajani - Una collaborazione che non si fonda solo sulla comune volontà di sostenere e promuovere new designer e aziende della moda che a White trovano il palcoscenico migliore per presentare il frutto della loro creatività e del proprio linguaggio espressivo, ma su una complementare azione che favorisce la nascita di un nuovo modo di intendere la moda e tutta la sua intera filiera produttiva. Filiera che, oggi più che mai, deve essere sostenibile ed etica capace di proporre, in ogni collezione, prodotti sempre più sensibili verso il rispetto dell'ambiente e delle condizioni dei lavoratori». «La collaborazione tra Confartigianato e White - conferma il Presidente Giu-

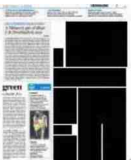
seppe Mazzarella - rappresenta un importante palcoscenico per l'eccellenza artigiana.

LA MODA impersona un punto di forza del made in Italy, proprio grazie all'apporto di 79mila micro e piccole imprese che danno lavoro a 372mila addetti ed esportano prodotti per un valore di 10,3 miliardi di euro. «In un momento così particolare e di trasformazione del nostro settore - aggiunge Massimiliano Bizzi, fondatore del salone - la strategia di White è quella, a ogni stagione, di dare dei segnali concreti di sintonia con i cambiamenti in atto come, ad esempio, la nostra perseveranza sulla sostenibilità. Tutti i progetti del salone hanno l'intenzione, oltre ad essere un momento di business, anche di fare cultura della moda, aspetto essenziale nei momenti di transizione come questo». Tra i nuovi progetti, la collaborazione con la rinnovata Camera Buyer Italia che ha dato vita a un nuovo format, con il contributo di Regione Lombardia, che mira a incentivare, a livello internazionale, i top shop presenti sul territorio lombardo, attraverso la selezione e l'esposizione dei brand all'edizione di settembre 2019.

An.Gi.

LE NOVITÀ

La crescita dei marchi esposti negli spazi è in crescita del 4%



► 6 settembre 2019



AL VIA
La
presentazione
della serie
di iniziative
di White
evento
che attira
sempre
migliaia
di fan
del fashion

