



Il modello italiano del retail vince nel mondo

Left. Brand: Stand; Store: thecorner.com_TonyMagenta, Magenta. Right. Brand: Jejia; Store: Bernardelli, Mantova WHITE Milano. Lo ha creato Massimiliano Bizzi, diciannove anni fa. Aveva un'idea in mente, la racconta oggi: «In ogni città, paese, piccolo centro d'Italia abbiamo negozi multibrand noti e invidiati nel mondo, in grado di fare da traino internazionale. Il retail non è considerato a sufficienza nei movimenti di sistema – eppure è una fonte di esperienza e di cultura per il nostro settore».

Dal 2000 il Salone continua ad attirare buyer, retailer, designer: dall'Italia, dal mondo. Il Tortona Fashion District – Bizzi è stato fra i primi a intuire le potenzialità della zona. Era il 2002 quando il WHITE, nato in seno a Moda Milano, diventava un format indipendente.

Quest'anno la fiera apre con un giorno di anticipo e si allinea al calendario della Milano Fashion Week donna. Da giovedì 19 settembre a domenica 22. Più di 550 marchi, 27 mila visitatori, alle spalle un sistema moda unito, il patrocinio del Comune di Milano, il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e di ICE, il contributo di Regione Lombardia. Le novità: l'incremento dei designer – l'ospite speciale, il giapponese Munè di Munemori Uemuro –, l'espansione della superficie espositiva, le illustrazioni di Lucia Emanuela Curzi. Le collaborazioni, come quella con Regione Sicilia, e la nuova sede in via Tortona 31 (l'Ex Carrozeria). È qui, negli spazi di Archiproducts, che si svela un'altra identità, un incontro: tra WHITE e Camera Buyer (CBI), la comunità dei luxury multibrand italiani.

Si chiama Contemporary Window. Dodici top buyer lombardi scelgono dodici marchi di tendenza. Dodici outfit per dodici designer. Un riconoscimento ai negozi multibrand che si sono distinti in Lombardia per le loro scelte, la capacità di tradurre un modo di percepire se stessi, la moda. Tombolini, dallo scorso novembre Presidente di CBI (ex Armani, Gucci e Yoox) – primo manager a ricoprire la carica – ha annunciato una trasformazione. L'associazione Camera italiana buyer moda diventa una comunità, con un nome e una missione, quella di rafforzare un'identità – Community based identity, l'altro significato racchiuso nell'acronimo CBI.

«I nostri buyer italiani – osserva Bizzi –, hanno il desiderio di fare ricerca, una proattività che si sposa con il nuovo corso inaugurato da CBI

».

Contemporary Window: comunicare nel mondo i luxury multibrand lombardi, favorire l'incontro fra i brand d'eccellenza e i retailer di punta della regione. C'è Milano, con Banner che porta Bethany Williams e Biffi Boutiques che presenta Eudon Choi. C'è Brescia, con Penelope che seleziona il marchio Natasha Zinko e Rail, che introduce Marine Serre. Ganni è stato scelto da Lattuada, negozio di San Vittore Olona, Nanushka dal multibrand Tessabit di Como, Stand da The Corner.com_Tony Boutique di Magenta, Rotate da Il Sellaio, a Casatenovo in provincia di Lecco, Alessandra Rich è la scelta dello store di Varese Base Blu. C'è Cremona col negozio Cose, che sceglie il marchio MCLXX Street Couture. C'è Mantova con Bernardelli e Jejia, e c'è Carate Brianza con Mantovani e Saloni. Installazioni multimediali raccontano l'heritage dei negozi lombardi – mentre al primo piano un crocevia di buyer, la stampa da tutto il mondo. «

Regione Lombardia sostiene con convinzione iniziative come questa – dice Alessandro Mattinzoli, Assessore allo Sviluppo Economico

– soprattutto in un settore trainante come quello della moda, in cui la Lombardia eccelle sia per la qualità dei suoi produttori sia per il rilievo delle manifestazioni fieristiche che danno lustro e visibilità al comparto. Sono occasioni di crescita e opportunità importanti anche per il loro grande richiamo internazionale

».

La chiave di WHITE Milano è il dinamismo, la contaminazione che crea commercio. Le sedi: Tortona 27, 31, 35 e 54. Le sezioni: il Basement, con focus sulla ricerca stilistica sperimentale,

Inside White, per lo sviluppo di nuove proposte, White Beauty, White Glasses, White Bijoux e White Studio, dalla partnership con Confartigianato Imprese.

«Il WHITE non è una fiera statica, ma una fiera che si rinnova a ogni stagione», racconta il fondatore, che spiega in una parola l'highlight dell'edizione: «La sostenibilità. Sta cominciando a cambiare i connotati, la filosofia e le regole del nostro mestiere, per questo continuiamo a lavorare sul tema anche in vista della prossima edizione

. Dove siamo arrivati a livello tecnologico? Quali sono la percezione e la fattibilità della sostenibilità?»

.

Incognite del sistema moda, domande che scandiscono un percorso: etico, sociale. Le piccole e medie imprese come risposta. «La sostenibilità è diventata per noi l'obiettivo principale

– prosegue Bizzi –, quello a cui dedicare tempo e risorse. Fare prodotti che siano anche sostenibili, questo è il vero trend, oggi, e la sostenibilità passa anche dalla piccola azienda, che produce in Italia e che non va all'estero per sfruttare i minori costi del lavoro e usare prodotti inquinanti. Come per il settore food, le aziende piccole sono meno industrializzate, quindi più sostenibili».

Non si tratta solo di business. Si tratta «di fare cultura della moda». Conclude Bizzi:

«Vorrei che passasse il messaggio che il piccolo oggi è di tendenza, soprattutto non di contro al grande ma contro la grande invasione del low cost. È il low cost la grande massa inquinante».

Tortona e il WHITE Milano. Sembra un mondo aperto, che ritrova l'indecisione di uno scritto in bozza. Cercare fuori di sé qualcosa di diverso. Una fiera come un suq, una confusione più indaffarata, solo più regolata. La stessa frenesia d'incontrare, scoprire cose nuove. Ritrovare una cultura del commercio, ridimensionare un'esagerazione. Specchiarsi nelle vetrine, vedere quello che siamo, che siamo diventati. Milano sembra il centro del mondo a chi ci sta dentro, un centro dalle dimensioni contenute. Qui nascono le cose, qui si torna per sentire quella voglia di fare.

Lampoont è media partner di Contemporary Window, speciale progetto di cross-connection al WHITE Milano 2019. Sarà possibile seguirne gli aggiornamenti, nei prossimi giorni, sul nostro sito e sui canali multimediali di WHITE Milano e CBI.