

UN GIORNO IN PIÙ PER IL SALONE

White guarda verso Oriente

UNA GIORNATA in più di fiera per questa edizione di White Milano che si apre il 22 e resta aperta per quattro giorni (e non più tre). Una scelta dettata dal grosso successo di questa manifestazione fondata da Massimiliano Bizzi, che ne è anima e presidente, affiancato da Brenda Bellei che ne è amministratore delegato. E siccome questa è la volta della concentrazione del coordinamento delle fiere di moda tutte in uno stesso periodo questa decisione va a tutto vantaggio di espositori e buyer che avranno più tempo per guardare e per scegliere. Il principale salone italiano della moda, dedicato alle collezioni femminili e agli accessori contemporary – che attualmente conta più di 532 espositori e oltre 22mila visitatori – aggiunge così un giorno in più alla manifestazione, proprio in vista della nuova sinergia dei calendari di Milano Moda Donna e delle varie fiere, come ad esempio Mipel, The Micam, The One Milano, che coincideranno con quasi tutta la durata delle sfilate. Un evento importante, che coordina e razionalizza tutta la filiera della moda con il supporto delle istituzioni, per rendere Milano un simbolo del Made in Italy.

Questo importante accordo è il risultato del lavoro svolto da parte del ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, del sottosegretario Ivan Scalfarotto, dell'ICE, delle principali Fiere di settore italiane, nonché del Comune di Milano, che mira a rafforzare il fashion system nazionale. «Questa sinergia tra gli operatori del settore renderà la settimana della moda milanese più attrattiva. È un segnale molto forte che testimonia il momento di rinascita che sta vivendo la città di Milano assieme al sistema Paese. Nonostante l'indiscutibile successo della formula dei tre giorni dei nostri saloni donna e man and woman – spiega Massimiliano Bizzi – abbiamo ritenuto opportuno dare la possibilità alle nostre aziende di essere protagoniste in questo cambiamento, per sfruttare al meglio le sinergie che ne deriveranno. Credo, inoltre, che questa sia un'occasione unica per la filiera italiana e per Milano, che sarà in grado di catalizzare sempre di più l'interesse e la permanenza degli operatori internazionali».

Guarda alla Cina White Milano e in modo particolare a Shangai per mettere in contatto culture e popoli. Eccellenza italiana delle piccole imprese, creatività e buyer, per fare funzionare il mercato. White offre un palcoscenico internazionale perfetto. Non è una fiera che vende spazi. È un luogo di scambio di idee che funzionano, per l'edizione di settembre ha già attirato 164 marchi esteri. (+6.4% in totale rispetto alla

scorsa edizione). E il futuro immediato riserva ancora sorprese perché White insieme a Confartigianato imprese, porterà la moda contemporary in Cina. Due le nuove location sempre in via Tortona, nel notissimo district, ed eventi e progetti speciali all'interno di Camera italiana buyer moda e un hub di fianco al Superstudiopiù, il Tortona 31 Archiproducts.

Eva Desiderio

A sinistra, un'immagine di Ssheena, special guest di White; porta la sua storia gloriosa che data dagli anni Cinquanta come primo jeans made in Italy il marchio fiorentino Roy Roger's, del Gruppo Sevenbell della famiglia Biondi, che porta a White la nuova e grintosissima collezione donna per l'estate 2018

