



## Per i 25 anni la fiera White diventa piattaforma di sviluppo



MILANO, 11 febbraio 2025, 16:03

Redazione ANSA

Dalle 19 aziende della prima edizione alle 300 della prossima, da piattaforma solo espositiva a piattaforma di sviluppo per le pmi sui nuovi mercati del Middle East: è il percorso di **White** tracciato dal suo fondatore **Massimiliano Bizzi** per i 25 anni della fiera della moda di ricerca, che torna dal 27 febbraio al 2 marzo prossimi nel cuore del Tortona Fashion District. E' di pochi giorni fa la firma di un accordo strategico con il Retail Leaders Circle, grazie al quale **White** con il progetto Circle selezionerà un gruppo di pmi cui dare nuove opportunità di business in Arabia Saudita e in tutto il Middle East. Al progetto della ceo di **White Brenda Bellei** collabora anche Monica Sarti, direttrice creativa del brand Faliero Sarti, che ha già 4 pop up store in apertura in zona. "Con la crisi del lusso, le pmi possono colmare un buco di mercato, il mondo è grande e si può implementare il business" ha detto **Bizzi**, ricordando la collaborazione della fiera con Confartigianato e Ice. Che sia il momento giusto per le Pmi lo sottolinea anche la ceo di **White Brenda Bellei**, per la quale oggi "i department del lusso nel Middle East vogliono novità per le loro strutture, hanno l'esigenza di cambiare brand mix per sviluppare un new luxury nei loro mercati con prodotti di qualità ma con un rapporto qualità-prezzo adeguato, che sono quelli delle nostre piccole e medie imprese".

Iniziative che rafforzano l'identità stessa del salone milanese patrocinato dal Comune, che durante la prossima Milano Fashion Week ospiterà un 55% di brand italiani e un 45% di marchi internazionali perché "il made in Italy è fondamentale ma la creatività - sottolineano gli organizzatori - non ha confini". Così nelle 5 'secret rooms' della fiera, piccoli showroom dove scoprire nuovi talenti, troveranno posto il brand cinese Yid'Phrogma con le sue creazioni ispirate alla cultura tibetana; la colombiana Maz Manuela Alvarez con i suoi capi tutti realizzati da artigiani locali; la 27enne estone Carolxott, cresciuta in una minuscola isola abitata da 69 persone, che ha inevitabilmente ispirato la sua creatività; il giovane danese dietro al marchio René e l'italiana Oh Carla, che si concentra sulla produzione di pezzi unici, seasonless e made to order, con tessuti scelti in base alla disponibilità e zero sprechi.

Riproduzione riservata © Copyright ANSA

