



## A White 300 pmi internazionali. Bizzi: «Serve innovazione»



ServizioSalone  
di Marta Casadei  
5 settembre 2024



3' di lettura

Trecento marchi internazionali - quasi equamente divisi tra italiani ed esteri - in vetrina per quattro giorni nel Tortona District, contesto che da oltre 20 anni fa da sfondo alle diverse edizioni del salone White, fondato da Massimiliano Bizzi e Brenda Bellei nei primi anni Duemila. Così come la fashion week, anche l'edizione di White settembre 2024, quella dedicata alle collezioni per la primavera estate 2025, è alle porte: comincerà, dopo aver anticipato di un giorno per allinearsi con il nuovo calendario della Camera della moda, il 19 settembre per concludersi domenica 22. L'atmosfera che precede l'inizio della manifestazione è positiva, pur con tutte le complessità che la moda italiana sta vivendo in questo momento: proprio ieri i dati della Cnmi hanno messo nero su bianco le difficoltà dell'industria, che dovrebbe perdere il 3,5% dei ricavi a fine 2024. «Ritengo che più che a una crisi ci troviamo di fronte a un importante momento di passaggio - ha detto Massimiliano Bizzi, fondatore di White e presidente di M.Seventy, società cui fa capo il marchio -. Abbiamo bisogno di ripensare il business e innovare. Insomma: c'è bisogno di avere coraggio. Ovviamente in momenti come questo le piccole imprese risultano quelle più impattate dai cambiamenti e dalle difficoltà che ne conseguono. Per esempio, essendo calati in consumi interni le aziende piccole che erano più sbilanciate su questo mercato stanno avendo le difficoltà maggiori». Del



momento critico si ha traccia anche nelle partecipazioni a **White** : «Abbiamo 300 brand espositori, un numero importante che ci rende soddisfatti - continua Bizzi - ma 119 aziende sono nuovi espositori: questo da un lato significa che ci sono molte realtà che non hanno superato questo periodo complicato, dall'altro che ci sono sempre nuove imprese interessate a presentarsi a Milano».

Nel complesso alla manifestazione - che è patrocinata dal Comune di Milano, supportata dal Maeci e da Ice e ha una partnership con Confartigianato Imprese - saranno presenti 300 aziende da tutto il mondo, incluse rappresentanze dalla Spagna, dall'Armenia e dal Sudafrica, nell'ambito del progetto Expo **White** che punta a fare da ponte tra creatività diverse (con l'obiettivo di portare in Italia anche buyer locali). Il programma di incoming, così come avviene per la fashion week, è sostenuto da Ice. «Il settore sta vivendo un momento di luci e ombre, con l'export di moda donna che nei primi cinque mesi del 2024 ha messo a segno un +5,8%, complice sia un balzo della Cina sia la tenuta degli Usa, ma scontando anche un calo significativo delle esportazioni verso la Svizzera e un calo della Germania - ha detto Maurizio Forte, dirigente di Ice -. Da qui il nostro impegno nel lavorare sempre di più al fianco delle fiere e delle imprese per cercare nuove opportunità».

Di supporto alle imprese ha parlato anche Moreno Vignolini, presidente della Federazione moda di Confartigianato: «Nel 2024 si registra il 24 per cento meno di produttività per tutto il settore, le aziende italiane comparto moda perdono 23 milioni di euro al giorno. Dobbiamo cogliere spirito di questo momento difficile per dare fiducia al settore, che c'è e funziona, e stimolare la ripartenza». Secondo Vignolini « la sfida del momento è combattere il cambiamento emotivo delle abitudini di acquisto dei consumatori, trasmettere al mercato e al consumatore i valori delle nostre imprese, mantenendo stile e qualità, e facendo diventare di moda l'acquistare bene e meglio».

Sul tema delle alleanze si è pronunciato anche Massimiliano **Bizzi**: «Milano ha sempre fatto poche alleanze e se è una città straordinaria nel design, nella moda c'è ancora tanto da fare: dobbiamo avere il coraggio di innovare e di creare opportunità e non di dire passerà».

