



White Milano: continua l'innovazione e lo scouting di moda



L'evento che luogo in concomitanza con la MFW rimane un punto di riferimento alla scoperta dei nuovi talenti

Di Viviana Musumeci 20 settembre 2024

White Milano: continua l'innovazione e lo scouting di moda- immagine 2" width="960" height="960" id="44ace1e1">

Il founder di **White** Milano, **Massimiliano Bizzi**.

La Milan Fashion Week è da anni sinonimo anche di **White** Milano, l'evento a cui partecipano i brand di moda delle PMI italiane e straniere e dove vengono presentate in autunno le collezioni Primavera-Estate dell'anno successivo. L'evento, supportato dal Comune di Milano e da varie istituzioni, attira buyer internazionali e la stampa di settore. Il fondatore, **Massimiliano Bizzi**, durante la conferenza stampa di presentazione ha sottolineato **l'importanza di novità e alleanze per affrontare l'incertezza del settore**.

La manifestazione si distingue ancora oggi per il suo scouting costante, selezionando marchi che incarnano qualità, sostenibilità e creatività. Tra gli spazi più apprezzati, le Secret Rooms e il *Basement* ospitano talenti emergenti e brand di ricerca. Diverse collezioni, come quelle di Yangkehan, Miaoran, Prototype: Am, Yid'Phrogma e Cavia, puntano su creatività, cultura e sostenibilità, esplorando temi che spaziano dalla cultura tibetana all'upcycling.

Style Magazine ha intervistato il fondatore della manifestazione, **Massimiliano Bizzi**. **White**: l'evoluzione di una manifestazione iconica

Mi racconta un po' questi anni di White e come è cambiato seguendo il mercato, le tendenze, la politica del nostro Paese?

Fin dalle sue prime edizioni **White** si è imposto al mercato come una piattaforma espositiva molto innovativa e di rottura, dedicata alle aziende e ai designer di ricerca. Negli anni ha saputo adattare il suo modello di business ai cambiamenti e alle esigenze delle proprie aziende espositrici e dei buyer internazionali, che da sempre lo frequentano e apprezzano. **White** è stato in grado di superare momenti complessi come la pandemia, **rinnovando il suo format e realizzando progetti internazionali** in nuovi mercati, restando un progetto indipendente, che crea tendenze, valorizza i nuovi talenti e soprattutto crea opportunità di business. Partito con 19 marchi nel 2002, la prossima edizione di Settembre 2024 potrà vantare la presenza di oltre 300 espositori.



Come individuate i nuovi brand in tutto il mondo da proporre poi durante la manifestazione?

Il nostro ufficio ricerca è specializzato nello scouting di nuovi designer e opera principalmente attraverso varie modalità: viaggiando in tutto il mondo e **frequentando tutte le fashion week, non soltanto nelle principali capitali** del fashion, ma anche in quelle di paesi emergenti. La selezione dei marchi tiene conto della qualità delle collezioni, della modernità del design, del posizionamento nel mercato, della rete distributiva.

White Milano: continua l'innovazione e lo scouting di moda- immagine 3" width="1200" height="800" id="6c1b0acf">

Un'immagine da una vecchia edizione di **White** Milano.

White Milano è una fabbrica di talenti

Ci sono dei marchi che sono stati lanciati da **White** e quali sono quelli che ancora oggi si sono imposti al mercato?

Possiamo annoverare tra i tanti marchi che **White** ha lanciato e promosso attraverso eventi e grazie alle aree espositive appositamente allestite, la designer cinese Uma Wang, Anthony Vaccarello, Peter Pilotto e Golden Goose, designer/brand che tutt'ora sono affermati e vantano una distribuzione a livello mondiale.

Il fatto che oggi il mercato della moda sia aperto ad altri Paesi nella creazione e nella commercializzazione (come ha detto durante la conferenza stampa, non esistono più solo la New York Fashion Week, la Paris FW o la Milano FW) non rende saturo il mercato stesso?

No, al contrario, penso che la presenza di altre fashion week renda il mercato molto vivace, un'ampia vetrina creativa.

È un periodo difficile per molti comparti, ma anche per la moda: come influiscono le politiche governative e cosa suggerisce di fare per superare questo momento?

Come abbiamo dichiarato durante la conferenza stampa di **White**, il supporto di Maeci e Ice è un sostegno costruttivo e importante. Il momento è difficile, tuttavia possiamo augurarci che maggiori investimenti per una internazionalizzazione più forte, possano essere di aiuto.

White Milano: continua l'innovazione e lo scouting di moda- immagine 4" width="1200" height="800" id="5cb7f2a6">

Una visitatrice del **White**.

La sostenibilità è il punto di forza della manifestazione

Quanti sono i brand che prendono parte al **White** che sono certificati e realmente sostenibili?

Ad oggi i brand sostenibili al 100% sono pochi. La maggior parte hanno alcuni processi sostenibili. Di certo questa tematica è sempre più all'ordine del giorno e un numero sempre maggiore di brand sta lavorando per diventare sostenibile.

Come viene la sostenibilità da voi per attrarre i brand? Ci sono dei requisiti di sostenibilità che i brand devono avere per esporre al **White**? Quali sono i Paesi più sostenibili nell'ambito fashion?

Noi per primi organizziamo tante tavole rotonde e workshop per aumentare la sensibilità su questa tematica, **ma non è un processo veloce come si pensa**, quello di conversione totale alla sostenibilità. Il requisito a cui teniamo e che richiediamo per poter ammettere un marchio a **White**, è che il processo produttivo sia sostenibile.

Verifichiamo che non ci siano delle fasi di sfruttamento del lavoro, soprattutto in paesi



lontani di cui conosciamo perfettamente il processo di produzione e facciamo molta attenzione che l'azienda abbia una filiera corta. Non mi sento di dire che ci siano paesi più sostenibili di altri. Ci sono sicuramente paesi in cui lo sfruttamento per avere maggiori guadagni è all'ordine del giorno e, purtroppo, anche in paesi evoluti come il nostro, è spesso presente.

Novità, curiosità e approfondimenti.
Per essere sempre aggiornato attraverso il punto di vista di chi la moda la vive dall'interno.

Novità, curiosità e approfondimenti.
Per essere sempre aggiornato attraverso il punto di vista di chi la moda la vive dall'interno.

La Russia negli ultimi anni di guerra, a causa delle politiche economiche dei Paesi occidentali, si è "costruita" un mercato interno di moda e del lusso. Quanto incide questo sui bilanci delle PMI di moda italiane?

Ha inciso moltissimo e incide molto tutt'ora, soprattutto per il mercato calzaturiero e purtroppo negativamente sui bilanci delle PMI di moda italiane.

POTREBBE INTERESSARTI

