



White cresce ancora Il lusso sostenibile sinonimo di creatività

Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente di WHITE Milano – il salone per la bella moda 'possibile' che si è chiuso in zona Tortona solo pochi giorni fa – lo ha sempre pensato ma oggi ancora di più: il lusso si fa con la ricerca, venendo incontro ai bisogni sostenibili delle generazioni più giovani, nel sollecitare la curiosità dei buyer sempre a caccia del nuovo. Questo racconta il ritorno forte dei 'Best Shop' al WHITE, che compensa il lieve calo degli operatori specie per una stagione troppo breve come l'estate 2025 per le collezioni femminili.

Per WHITE sono state quattro giornate ricche di progetti con la presentazione di oltre 300 brand. L'evento, in contemporanea con la Milan Fashion Week, è stato realizzato con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAE-CI) e di ICE con il patrocinio della Regione Lombardia e del Comune di Milano e la partnership di Confartigianato Imprese.

Da diverse stagioni il supporto alla creatività di WHITE viene affiancato a uno scouting studiato per stimolare il mercato e indirizzarlo a osare. Si cerca l'anima artigianale del prodotto. Tanti i rappresentanti delle più importanti boutique italiane e concept store come Antonia, Sugar, Tiziana Fausti, Dantone, Rinascenze, Franz Kraller, Spinnaker, Penelope, Bernardelli, Tesabit, Jazz Band ed Antonioli. Tra le realtà internazionali Le Bon Marché, Printemps, Galeries Lafayette e 24s.com (Francia), La Bottega (Belgio), Vakko (Turchia), The Webster (Usa), Conceptica (Ucraina e Portogallo).

«**Il ritorno** alla ricerca è la soluzione immediata per fare ripartire i consumi in un mercato globale che vede la massificazione dei trend a tutti i livelli di target – spiega **Bizzi** – e in generale hanno posto attenzione alle collezioni con un contenuto di novità, personalità e sostenibilità, anche nella fascia dei prezzi».

Eva Desiderio

© RIPRODUZIONE RISERVATA





► 27 settembre 2024

