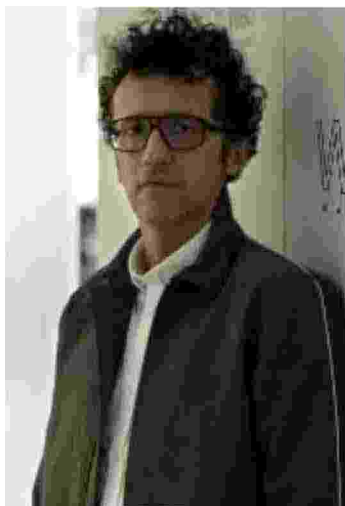
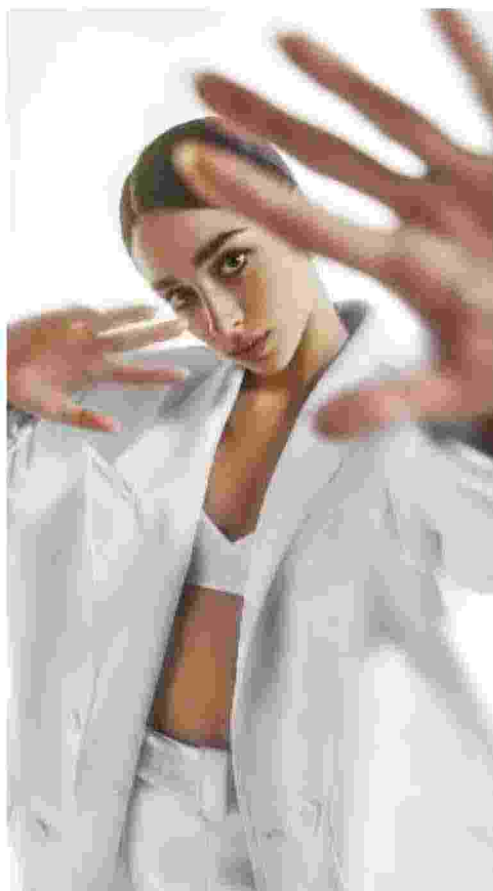


IL SALONE MENEGHINO DAL 24 AL 27 FEBBRAIO
IL PRESIDENTE BIZZI: «LA MODA RIPARTA DAL BELLO»

SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE TORNA WHITE



C'è tanta voglia di ripartire e di tornare al bello della moda. Non ha alcun dubbio Massimiliano Bizzi (in alto a sinistra) il fondatore e presidente di 'White' illustra le strategie della nuova edizione del salone che si svolge a Milano nelle sedi di via Tortona. L'appuntamento con l'attesa fiera è fissato dal 24 al 27 febbraio con le collezioni femminili per l'inverno 2022-2023



di **Eva Desiderio**

«**Vincerà il bello** e bisogna lavorare per cambiare. Perché dopo la pandemia siamo costretti a cambiare, anche noi che organizziamo fiere. Nella moda c'è bisogno di tornare a un prodotto medio e fatto bene. Basta con le esagerazioni del super-lusso!». Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente di 'White' fa il punto sulla nuova edizione del salone, a Milano nelle varie sedi di via Tortona dal 24 al 27 febbraio con le collezioni femminili per l'inverno 2022-2023. «La moda oggi deve per forza cambiare perché sta cominciando a interessare di meno i giovani – continua Bizzi –. Deve tornare a essere più divertente, gioiosa, simpatica, accattivante, meno di nicchia ed elitaria. Un tempo la moda parlava alla gente, ora molto meno. E le piccole e medie aziende italiane sono perfette per questo cambio di stile e di filosofia perché hanno grande passione e creatività».

Chi si può permettere e ha voglia di comprare un capospalla a 4mila euro? «lo no» afferma sincero Max. Da settembre scorso il salone aggiunge al nome il significato 'Sign of the Times', esteso anche alle nuove location di via Tortona e a questa prossima edizione. Il Fashion District di via Tortona è composto da 6 location: Tortona 27, Superstudio Piu', via Tortona 54, Base Milano, via Tortona 56, Mudec Museum, via Tortona 58 Padiglione Visconti. Qui si svolgerà la fiera che avrà ancora una volta come direttori creativi dell'immagine lo stesso Bizzi e Beppe Angiolini, presidente onorario della 'Camera dei Buyer' e proprietario del famoso negozio Sugar ad Arezzo, impegnati a ridisegnare il layout complessivo della fiera allargandolo a contributi estetici all'insegna del bianco (come del resto la campagna) e del design.

«**Perché anche le fiere** devono essere belle» continua il presidente di White che racconta di essere molto orgoglioso «di aver riempito tutti gli spazi. Su 18mila metriquadri espositivi abbiamo 330 marchi». In questi ultimi tempi è stata rifondata la macchina tutta e l'azienda MSeventy (di cui è amministratore delegato Brenda Bellei Bizzi) che organizza e fa muovere il salone, per presentarsi al mercato con questa formula nuova, a partire dallo spazio al Mudec in cui si svolgerà l'evento del 25 sera e dal Padiglione Visconti. Risalto ai 20 anni di storia di White con video sugli eventi principali. Anche stavolta la fiera può contare sull'aiuto concreto di Maeci e Ice Agenzia per l'incouming dei buyer, sul patrocinio di Regione Lombardia e Comune di Milano, su Confartigianato Imprese e sui buonissimi rapporti con Camera Nazionale della Moda Italiana e il suo presidente Carlo Capasa.

Largo poi alla sostenibilità nella sezione WSM-Fashion Tech. «Qui – riprende Bizzi – racconteremo l'intera filiera, dai grandi tessitori come gli **Albini** col loro splendido cotone a i produttori più piccoli, con focus sui designers inglesi che stanno tracciando le nuove strade sostenibili e fanno la vera tendenza del momento. E poi White vuol puntare sul coraggio dei retail che sono in cerca di cose nuove, possibili da acquistare, e possiamo farlo perché in Italia il 90% del prodotto moda è fatto da aziende medio-piccole». Tutto dedicato completamente alla transizione digitale ed ecologica mai tanto necessaria vista la confusione intorno al tema cruciale della sostenibilità nella moda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA