



BIERE - Tanti a cercare novità fra aziende e stilisti emergenti

E' sempre più White con la moda di nicchia

MILANO - Non solo sfilate durante la settimana della moda. Da qualche anno infatti Milano punta ad attirare stranieri con un ricco programma di fiere di settore. Tra queste, White è forse la più amata dai visitatori esteri che anche nella recente edizione hanno partecipato numerosi. Il salone della moda contemporanea che da quasi 20 anni è un punto di riferimento nella zona di via Tortona ha chiuso con più di 25 mila visitatori: i buyer sono cresciuti del 2,3 per cento; gli stranieri hanno messo a segno un più 6,8 per cento, mentre gli Italiani un più 1,4 per cento. "La vivacità dimostrata da questo salone è il risultato di uno scouting attento di marchi, di nuovi hub espositivi e anche di un progetto dall'alto profilo culturale. Questo lavoro si è visto e si è apprezzato e i feedback dei buyer sono stati molto positivi, tanto da averlo definito come un trade show concreto e che si interpreta bene", ha dichiarato Massimiliano Bizzi, fondatore di White.

Così, mentre nei palazzi e negli showroom del centro

hanno calcato le passerelle le collezioni del fashion establishment, in zona Tortona - negli spazi di Superstudiopiù, Ho-

tel Nhow, ex Ansaldo e nel nuovo Opificio 31 - si sono

accesi i riflettori sulla moda di nicchia delle piccole e medie imprese e dei giovani stilisti in cerca di notorietà. Ormai White è un appuntamento importante non soltanto per i compratori, ma anche per gli stilisti, i creativi e gli operatori del settore che vogliono rimanere aggiornati sulle nuove tendenze della moda contemporanea e che vogliono scoprire nuovi brand.

Al centro del salone

che si è appena concluso sono state le collezioni e gli accessori donna dell'autunno-inverno 2019-20 di 514 marchi (di cui

172 stranieri). Tra questi, non sono mancati gli espositori (ma anche i visitatori) carpigiani, molti dei quali sono ormai habitué del White: Pdr (Phisique Du Role), Marché 21, Tendresses, Se-Ta, Top Tee Luxury T e Gina Gorgeous (marchio emergente ideato dalla giovane stilista carpigiana **Federica Gualandi** e dal direttore creativo **Cristiano Ganassi**).

Anche in questa edizione White si è confermata la manifestazione riferimento in Italia per la moda donna, oltre

che una fiera di grande ricerca e innovazione.



«Il bilancio di partecipazione è positivo, in linea con le nostre aspettative - commenta **Alessandra Bellelli**, titolare, insieme al cugino **Marco Tioli**, di Al-Ma, azienda a cui fa capo il brand Pdr (Phisque Du Role) -. Abbiamo notato una buona affluenza di compratori, soprattutto stranieri, e i nostri clienti sono venuti tutti. D'altronde White è l'unica fiera italiana alla quale prendiamo parte e ci ha sempre dato ottimi riscontri, mentre all'estero esponiamo a Who's Next di Parigi».

CLAUDIA ROSINI



Una foto del salone



Alessandra Bellelli nello stand di Phisque Du Role tra due collaboratrici