



VOCE

Moda

Claudia Rosini



8 MARZO 2019

gallery articolo



Tanti a cercare novità fra aziende e stilisti emergenti

## È sempre più White con la moda di nicchia


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 storico calcano le passerelle le collezioni del fashion establishment, in zona Tortona – negli spazi di Superstudiopiù, Hotel 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 (Phisque Du Role), Marché 21, Tendresses, Se-Ta, Top Tee Luxury T e Gina Gorgeous (marchio emergente ideato dalla giovane stilista carpigiana **Federica Qualandi** 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.

29 visualizzazioni 

## Claudia Rosini

[altri articoli](#)

**VOCE**

### Sezioni

Reg. Trib. Modena n. 117  
del 7 ottobre 1993.  
Iscritto al Registro  
Nazionale della Stampa n.  
403  
del 25 gennaio 1994

La Redazione:  
Canzani  
Albano  
Pubblicità

Attualità  
Arte e  
Chiesa  
Comune  
Cultura

Economia  
Eni  
Eventi  
Moda  
Persone

### Redazione

via Castellani, 1/A - 41012 Cerpi MODENA Italia  
Telefono: 059 498250 - 059 694250  
Web: [www.voce.it](http://www.voce.it)  
Email: [posta@voce.it](mailto:posta@voce.it)

### Seguici Su



[privacy & policy](#)  
[note legali](#)

Questo sito utilizza i cookies per migliorare la tua esperienza di navigazione. Ti preghiamo di cliccare il pulsante a fianco per accettarne l'utilizzo. Puoi visionare l'Informativa cliccando qui.

Accetto