

WHITE MILANO SI PRESENTA. SPECIAL DESIGNER MARCO RAMBALDI

Marco Rambaldi in una foto di AltaRoma Milano, 12 febbraio 2018 - "White è una fiera originale che porta a Milano imprese e proposte di grande qualità. E il Comune conferma il suo sostegno e il patrocinio perchè questa fiera è un asset importante per la città e per il sistema milanese della moda". L'assicurazione arriva da Cristina Tajani, assessore alle politiche per il lavoro, attività produttive, moda e design del Comune di Milano intervenuta stamani a Palazzo Reale alla presentazione della prossima edizione di White Milano dal 23 al 26 febbraio con le collezioni femminili per il prossimo inverno di 546 marchi, +6,85%rispetto a febbraio 2017, con 163 brand esteri (+12,4%) e 210 new entry. Segno dell'impegno e della costante ricerca intorno alla moda contemporary di piccole e medie aziende italiane di Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente di White, e di sua moglie Brenda Bellei, Ceo di M.Seventy che organizza il salone che stavolta si spalma su quattro location nel via Tortona District su una superficie di 21,700 mq (+8,5%) con gli spazi per le diverse e anche inedite sezioni della fiera ai numeri civici Tortona 27, 31, 35 e 54. A cercare bravissimi e spesso sconosciuti piccoli imprenditori in tutta Italia è Michela Zio, curatrice delle varie sezioni, che da anni è una delle anime di White che ha la sua sede operativa a Bologna. "Milano nella moda può dare ancora molto", dice Tajani passando la parola al presidente di ICE - Agenzia Michele Scannavini che ha ricordato l'impegno degli ultimi governi per il settore. "Dobbiamo orientare le aziende per farsi conoscere in Italia e soprattutto all'estero - dice Scannavini -, sostenendole nel processo di internazionalizzazione come abbiamo fatto recentemente a White Shangai che ripeteremo ad ottobre. Il settore moda nel 2016 ha fatturato un export di 63 miliardi di euro e per quest'anno si annuncia una crescita del +5,1%". Che la politica finalmente abbia cominciato a scoprire le enormi potenzialità del tessile abbigliamento lo dice anche Giuseppe Mazzarella, presidente di Confartigianato Regione Marche e delegato nazionale all'internazionalizzazione. "Il 98% delle nostre aziende hanno meno di 20 dipendenti - dice Mazzarella - per questo dobbiamo lavorare in maniera sinergica per farle crescere. Noi abbiamo sempre creduto in White e alla missione di portare all'estero la cultura del nostro saper fare". Che White abbia ancora una volta creato un interessante e vitale quartiere della moda a Milano lo sostiene con orgoglio Massimiliano Bizzi : "Stavolta variamo Opificio 31 e proponiamo come special designer Marco Rambaldi che si è segnalato con un felice debutto ad Altaroma. Marco ha 27 anni e noi crediamo nella sua creatività - sostiene il presidente Bizzi - come pure in quella di Cem Cinar direttore artistico di Rouge Margaux che si presenta come special guest alla nostra fiera". Continua anche la promozione delle aziende più speciali che sono localizzate al Sud del Paese col progetto It's Time to South dove si segnala tra le imprese d'eccellenza artigiana quella guidata da Raffaele Ricciuti vicino Potenza, l' Occhialeria Artigiana Italia con lavorazioni a mano molto preziose. Marchi di nicchia e di sperimentazione che sono un nettare per i compratori come ha ricordato Mario Dall'Oglio presidente della Camera dei Buyer. Brenda Bellei ha segnalato l'importanza dell'Area Studio e come la Camera Buyer promuova nelle proprie vetrine delle principali vetrine tante belle realtà. "Mi piace che Massimiliano Bizzi confidi che la crescita di White era impensabile agli inizi del salone - dice Mario Boselli, presidente onorario di Camera Nazionale della Moda Italiana che siede nel consiglio di amministrazione di questa effervescente fiera - ma si sa, il tempo è galantuomo e premia chi lavora bene. Incito tutti i partecipanti al salone di scegliere come nuovo mercato la Cina, dove c'è aria di novità e anche perchè da un mese sono presidente dell'Istituto italo-cinese".