



preziosa

MAGAZINE

RIVISTA INTERNAZIONALE DI GIOIELLI E BIJOUX

Home Gioielli Bijoux Orologi Accessori Channel Magazine 🔍

More



IEG, NOMINATO IL NUOVO CDA

Lorenzo Cagnoni confermato Presidente Matteo Marzotto resta vicepresidente;
la nomina di Amministratore Delegato è stata conferita a Ugo Ravanelli

Home > Economia > Massimiliano Bizzi. Via Tortona, dove nascono le tendenze

Massimiliano Bizzi. Via Tortona, dove nascono le tendenze

by Preziosa Magazine 14 maggio 2018 ❤️ 0 👁 55

Si visita il White per il sapore di novità, per trovare brand emergenti e ricercati. Per scoprire quello che non si conosceva. Qui ci sono standard qualitativi sperimentali assicurati da una selezione potentissima. Il White è una realtà di fenomeno mondiale tutta

ULTIME NEWS



Tari Mondo Prezioso, la tendenza è: "Dire qualcosa di sé con un gioiello"
13.05.2018



Gemmarium: Homo, per l'uomo di oggi
12.05.2018

italiana



Se tutte le strade portano a Roma quelle della moda conducono al White. In quali direzioni si orientano le tendenze ce lo dice la kermesse brand mix buyer oriented che cresce con la crescita delle presenze. È la rivincita dell'immaginazione d'avanguardia, dove non prevarica il valore ma l'idea che dialoga con il design e la materia. Qui si scovano **talenti**, è il place to be per l'arte e il suo contrario.

Il percorso espositivo è una celebrazione di stili dagli appeal differenti, un cammino – tra realtà indipendenti, piccole rivelazioni di nicchia e un ventaglio di nomi di richiamo – dove tutti cercano la stessa cosa: la **novità**. E la trovano, perché ognuno apporta qualcosa battendo gli altri sul tempo. Founder e presidente si sa è **Massimiliano Bizzi**, uno che di tendenze se ne intende, che con coraggio e acutezza ha individuato una zona ex industriale e ne ha cambiato le prospettive portando a risultati inaspettati. Oggi il trade show, patrocinato dal Comune di Milano, si divide in quattro location: Tortona 27, 35, 54 e 31, distribuite su una superficie di **21.700 mq** percorsi ininterrottamente da stampa, addetti ai lavori e buyers worldwide nei diversi appuntamenti annuali in concomitanza della fashion week.

Massimiliano Bizzi, lei ha creduto da subito nelle potenzialità di Via Tortona. Cosa ci ha visto?

Era prevedibile che Milano avesse bisogno di un punto importante per la moda, qualcosa di alternativo, anche architettonicamente, e poco distante dal centro città. In quella zona popolare dalle condizioni precarie, con fabbriche dismesse ed officine serrate da tempo, ho visto un mega laboratorio creativo. Ed ho visto bene perché lo stato attuale di quel quartiere è organizzato a modello fieristico d'avanguardia, a fashion district che fa un passo avanti, forse anche più di uno, ad ogni edizione.

Perché si espone al White e perché si visita il White?

Si espone al White perché il salone è un posto strategico, un luogo ideale di scambio dove si



Antonino De Simone, da sballo la nuova linea Nature
12.05.2018



To Be Packin stile Italia nel mondo
11.05.2018



Vacheron Constantin presenta FIFTYSIX®: nel segno di un'eleganza-

retrò.
11.05.2018



Email: *

Nome: *

Cognome: *

accetto i termini e le condizioni

ISCRIVITI

ampliano i confini, e questo lo dicono i numeri: l'incoming dei buyer esteri segna un + 3%. Qui si esplorano nuovi progetti di business e si avviano strategie di crescita internazionale.



Massimiliano Bizzi – Founder e presidente White Milano

Il White è sana competitività perché la moltiplicazione dei contatti è una cosa certa e spontanea e chiunque da piccolo brand può diventare un'importante impresa. Si visita il White per il sapore di novità, per trovare brand emergenti e ricercati. Per scoprire quello che non si conosceva. Qui ci sono standard qualitativi sperimentali assicurati da una selezione potentissima. Il White è una realtà di fenomeno mondiale tutta italiana.

Il White come supporta le PMI nell'internazionalizzazione?

Andare all'estero è un passo importante e affatto semplice. Il White fa in modo che in un mondo globalizzato le aziende abbiano una propria identità. Fondamentale per l'internazionalizzazione è la partnership con Confartigianato Imprese e ICE – Agenzia per promuovere su altri mercati le aziende interessate a sviluppare opportunità di business anche oltre Italia e portare il made in Italy nel mondo.

Come sta cambiando il mondo dei Saloni? Sono ancora appuntamenti vincenti?

Il mondo dei saloni è già cambiato. La vecchia idea di fiera è superata da un po' perché se non si entra in gioco con la ricerca, con un attento scouting, si rimane fuori mercato. Si implode. L'Italia non è un paese insensibile alle trasformazioni, tutt'altro, e il White è sicuramente il centro del nuovo. Siamo leader in Europa ma per assicurarci questa posizione siamo sempre al lavoro, ostinatamente, scegliendo, valutando, proponendo.



Nel tempo il White sta dando sempre più spazio al bijoux/gioiello. Quanto conta questa

presenza?

Conta tanto perché tutto è moda. Gioielli, bijoux e accessori avanzano sulla stessa onda per cui è una presenza necessaria, molto importante. La volontà di allargare gli spazi a questo settore merceologico è all'ordine del giorno perché sappiamo che difendendone la qualità, intesa prevalentemente come idea progettuale, sarà sempre più presente e consolidato. È come un match: le nuove tendenze vs il classico, per tutelarsi dalla massificazione del mercato. Alla scorsa edizione di gennaio l'area tematica di White Bijoux al Tortona 35 ha presentato con successo brand, designer indipendenti e label come Bjorg, Quite Quiet, Icudal, Sophie d'Agon, Sheida Farrokhi, Simona Randazzo, Ossi di Seppia, o.88, Atelier Makàrios selezionati in collaborazione con Birik Butik. Per il prossimo appuntamento sono in via di selezione tante altre interessanti new entry.



Tags

esposizione Massimiliano Bizzi moda

novità tendenze via Tortona

White Milano

0

SHARES



RELATED POSTS



LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

COMMENTO