



MODA – Confartigianato torna in passerella con White, a Milano artigianato protagonista della ripresa

Il Covid-19 non ha fermato la voglia di ripartire del settore moda. Una delle dimostrazioni è il successo della nuova edizione di White Milano, che si conferma anno dopo anno tra i principali eventi di tutto lo scenario europeo. Più di 5mila i visitatori che hanno raggiunto i due spazi di via Tortona nel rispetto totale di tutte le misure di sicurezza per il contrasto al contagio da Covid-19. Oltre 200 le imprese, 32 le realtà sostenibili, 9 gli eventi e le installazioni nei negozi del distretto della moda e del design per Milano Loves Italy, 40 presentazioni digitali per il B2B, oltre al ricco programma di talk con focus sul retail e la sostenibilità. Tutto questo è stato lo show di White Milano, organizzato dal 24 al 27 settembre con il patrocinio del Comune di Milano, in collaborazione con Confartigianato e col supporto di ICE Agenzia e Maeci.

“Un’edizione complessa che ha dimostrato la resilienza delle aziende e del mercato italiano, oltre alla capacità organizzativa e all’approccio visionario che ha saputo trovare soluzioni inedite e nuove progettualità per avviare la ripresa economica dell’intero settore – ha sottolineato Massimiliano Bizzi, ideatore del White – Siamo riusciti nel miracolo, Milano sta reagendo e abbiamo dimostrato con questa edizione coraggiosa che le reali sinergie di sistema possono funzionare. Per questo credo che Milano Loves Italy sarà importante nel nostro futuro”.
Principale novità di questa edizione, il marchio nasce con la volontà di reagire alla crisi economica e di aggregare tutti i protagonisti della moda milanese: enti di settore, produttori, buyers, rappresentanti. Un unico coordinamento per “unire le forze e percepire l’atmosfera e la voglia di ripresa con gli espositori che si sono uniti a noi con coraggio per poter aprire questa edizione. Questo ci ha dimostrato che la strategia intrapresa è stata corretta e ci ha premiato grazie a una strategia completa tra collaborazioni, progetti speciali ed eventi”, ha aggiunto Bizzi.

“Confartigianato Imprese, Camera nazionale della Moda e WHITE rappresentano insieme il 95% delle aziende della moda del Paese e quasi la totalità del fatturato e degli addetti impiegati nel settore – ha ricordato Fabio Pietrella, Presidente di Confartigianato Moda. Molte di queste PMI sono anche le aziende produttrici dei grandi marchi internazionali e detengono quel know-how che la gran parte dei paesi esteri ci invidia e che rappresenta la ricchezza del nostro territorio”.

Il Covid-19 si è abbattuto sull’intero settore, uno dei più importanti del manifatturiero italiano, che stava facendo registrare numeri di crescita importanti, soprattutto all’estero. “Il settore della moda è fortemente dipendente dall’export, basti pensare che l’Italia è tra i primi Paesi esportatori della moda maschile in Europa – ha denunciato

Giuseppe Mazzarella, delegato di Confartigianato all’internazionalizzazione e all’export – Nei primi sette mesi del 2020 le esportazioni della moda sono scese del 24,3%, performance peggiore rispetto al calo del 14% del totale del manifatturiero. Nei cinque mesi del Covid-19 le imprese della Moda hanno diminuito le vendite all’estero per 8,3 miliardi di export, pari ad una perdita di 55 milioni al giorno. Un andamento che vogliamo invertire immediatamente anche grazie a iniziative innovative e coraggiose come il White e Milano Loves Italy”.