

SALONE «WHITE»

In bianco la moda si accende



Grande successo di pubblico e di compratori. Arriva anche il ministro Brambilla e le passerelle diventano spunto per nuovo business

Ciuni ■ all'interno

La kermesse della moda va in bianco Ma poi il Salone fa il tutto esaurito

Grande successo del «White»: numerosi i compratori alla ricerca di buoni prezzi

di LUISA CIUNI

— MILANO —

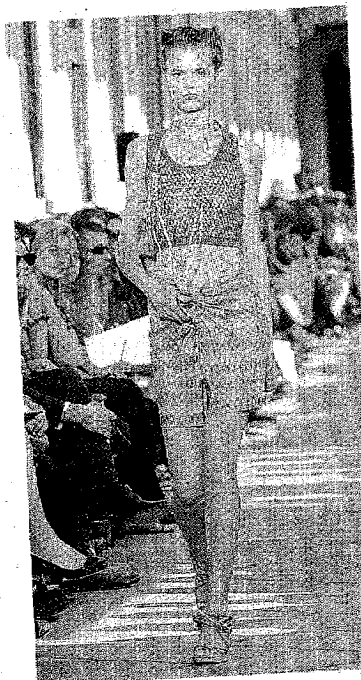
ARRIVANO A FROTTE i compratori in questo ultimo week-end di settembre ma non tutti si dirigono verso i saloni delle sfilate. Molti di fermano a «Milano pret-à-porter» e molti ancora arrivano al salone White in via Tortona 27 dove all'ora di pranzo è arrivata anche il ministro del Turismo Michela Vittoria Brambilla che, accompagnata dall'assessore alle Attività Produttive Giovanni Terzi e da Massimiliano e Brenda Bizzi, coniugi ideatori della mostra, ha girato fra tutti gli stand dove regnava un clima da scampagnata, grazie anche alla bella giornata, ai lettini per prendere il sole e ad un buffet a base di piadine romagnole e pesce fritto.

«**SPESSE NON SAPPIAMO** quali grandi tesori ed eccellenze abbiamo nel nostro paese - ha detto la Brambilla - l'Italia è un giacimento di arte e il turista è attratto oltre che dalla nostra cultura millenaria anche dall'eleganza e dallo stile che ci valorizzano ulteriormente».

Il ministro ha poi ricordato il ruolo che la moda ha nell'attrarre i turisti e si è interessata del tessuto

di aziende medio-piccole che costituiscono l'ossatura del White e del buongusto italiano.

Ieri l'esposizione è stata visitata da almeno 5mila persone, ha tredici e oltre 1000 espositori che vogliono entrarvi. Sono state proprio le lettere scritte da costoro al ministro Claudio Scajola chiedendogli di partecipare a White che hanno fatto arrivare la Brambilla. Il ministro Scajola ha mosso la





Il ministro Michela Brambilla al White. A sinistra un modello Missoni e uno di Fendi in passerella ieri

sua segreteria, chiamato i coniugi Bizzi e poi si è combinata la visita domenicale.

Ma questo salone dove la crisi economica brucia meno che altrove e dove si respira l'aria dinamica del Salone del Mobile è nato da un azzardo, quello compiuto da Mssimiliano Bizzi, uscendo con Whi-

te dal Pitti, una fiera forte e molto affermata.

«I complimenti per la riuscita di White non vanno fatti a me - dice Bizzi - ma agli espositori che sono la vera Italia che produce e vende».

Ma l'azzardo di uscire da un gigante lo ha fatto lei.

Costi

Nei saloni da esposizione come White i compratori trovano non solo creatività ma anche novità con un rapporto qualità-prezzo conveniente

Novità

Gli espositori che trovano posto al White rappresentano la frangia più creativa della piccola e media industria italiana. Oltre mille sono rimasti fuori

«Non mi diverto più e ho preso quella decisione. Lavoro al White 24 ore al giorno e mi diverto, sono contento. Io credo che abbiamo successo perché la moda negli ultimi tempi, coi suoi eccessi, ha illuso il consumatore finale e quei compratori trovano quella creatività e quei prezzi di cui hanno bisogno».

Adesso è un successo, ma se fosse andata male?

«Sarebbe andata male se fossi rimasto con Pitti perché non ero più convinto».

Qui si sta bene, ci sono sfilate che sono un po' un mortorio

«Noi cerchiamo di fare il possibile per Milano, contro Parigi che è il nostro principale nemico. La concorrenza è fortissima e i problemi di Milano, che sono tanti, non potremo certo risolverli noi. Ma la possibilità di fare qualcosa, bhe, quella c'è».