

## FASHION &amp; STYLE

# Lo Spirito Del Tempo

Più investimenti e cultura, due nuove location, quello di WHITE Milano è un messaggio di aggregazione e rinnovamento per tutto il fashion system. All'insegna della sostenibilità.

di VITTORIA FILIPPI GABARDI

**W**HITE Milano è un figlio dell'amore e soprattutto della passione, parola che Massimiliano Bizzi, presidente e founder di WHITE ripete in continuazione e che contribuisce a dare il peso, non solo emotivo, di questa edizione. La passione per la moda, per il talento (tra i tanti visti nascere Golden Goose, Uma Wang e JJ Martin) e per un progetto unico – una fiera indipendente, unica nel sistema fieristico – lanciato 20 anni fa assieme alla moglie Brenda Bellei «che ci vede ancora, orgogliosamente, soli e liberi». Una piattaforma dedicata alla moda di ricerca, contemporanea, un cross over di creatività, arte, design e cultura. Per l'edizione 2022 WHITE sceglie di affrontare questo momento investendo e ampliandosi ulteriormente, con due nuove location: «Quest'anno la cosa più importante è esserci, e aggiungo esserci con energia. Vogliamo dare un messaggio forte alle aziende che rappresentiamo, di aggregazione e di grande rinnovamento. Il nostro payoff è *Sign of the times*, vogliamo essere sempre più attuali e contemporanei, parlare alle nuove generazioni, implementare l'idea di una fiera diffusa», spiega Bizzi. Così WHITE aumenta la superficie espositiva con l'aggiunta di Mudec e Padiglione Visconti, diventando a tutti gli effetti un "concept show". «Credo che la moda debba aprirsi alla gente, alla città. Ne stiamo parlando anche con il sindaco e il Comune, vorremmo che la Settimana della Moda fosse sempre più ricca, energetica, movimentata come quella del design. In quella direzione va il nostro progetto Milano Loves Italy». Dimenticati da tempo gli stand fieristici, il concept punta alla circolarità: nella Circle Room allestita da Dimorestudio – «dal primo anno abbiamo sempre voluto fare una fiera bella, di design» – i brand presentano i best item delle loro collezioni in una visione davvero futuribile, e sul palcoscenico circolare di WSM **White Sustainable** Milano al Padiglione Visconti, altra importante novità di quest'anno, «andremo a rappresentare tutta la filiera della moda sostenibile tra innovazione, tecnologia e digitale in un percorso tangibile e multimediale, tra panel e talk. Vogliamo che sia anche un evento culturale, perché una persona la rendi libera solo se la informi. Io la sostenibilità la vedo a 360 gradi, non solo a livello di materiali, sarebbe riduttivo, per questo amo parlare di transizione verso la sostenibilità. Le piccole e medie imprese del nostro paese sono già per metà sostenibili. Ma il percorso è comunque lungo e tutto il nostro settore ha il dovere di informarsi e di informare su cosa si può fare di più in questo campo. Senza contare poi che i marchi giovani, i new designer che vengono dalla Saint Martins, dalla Royal o dalla scuola di Anversa, non ci pensano neanche a produrre qualcosa alla vecchia maniera», continua Bizzi. «Se "la moda non va di moda" è un problema. Il sogno è quello di rinnovarci della moda, non relegarla al low cost. Perché grazie a prodotti di piccole e medie aziende di qualità che insieme fanno il 90% della realtà produttiva italiana, siamo un serbatoio che vuole esplodere e aspetta solo di farsi conoscere».

**DALL'ALTO.**  
Look Pierre Louis  
Mascià, FW 22-23;  
Original production  
WHITE: Top D.o.a.,

pantaloni Gonzalo  
Peixoto, WHITE sarà a  
Milano dal 24 al 27  
febbraio, durante la  
Settimana della Moda.



FOTO: FERRUCIO BIRI/ALTA COSTA/STYLS PERLA OFFICE