



Wsm: a settembre focus sulla digitalizzazione del retail



Fiere

Susanne Bommer, credit **White** Sign of the times

White, Sign of the times, si svolgerà a Milano dal 22 al 25 settembre. La kermesse fondata da **Massimiliano Bizzi** aumenta la sua superficie espositiva portando a 7 le location nel Tortona fashion district e prepara per i suoi visitatori una fashion experience con incursioni dal mondo dell'arte.

Presente al salone una "selezione di brand internazionali dal design innovativo e un'estetica antagonista e d'avanguardia, caratterizzata da uno spessore creativo in grado di attrarre e portare valore aggiunto al mercato internazionale", ha spiegato il management in una nota.

Tra questi anche Balossa, marchio della designer lituana Indra Kaffemanaite, che ha realizzato i campionari di alcuni nomi della moda come Maurizio Pecoraro e Giambattista Valli. La sua visione estetica si sviluppa attorno al potere ipnotico delle forme asimmetriche e geometriche, che concorrono alla realizzazione di una moda contemporanea attraverso la rivisitazione e riformulazione della camicia, dedicata a una donna decisa, sensuale e haut-de-gamme allo stesso tempo.

La designer tedesca Susanne Bommer, invece, offrirà una visione congiunta di eleganza e sperimentazione, continuità e innovazione.

Sofie d'Hoore, marchio di Bruxelles che dal 1992 persegue un concetto di perfezione formale, punta su un equilibrio di raffinatezza e design d'avanguardia.

Il Padiglione Visconti, in via Tortona 58, ospiterà la seconda edizione del format innovativo di Wsm - **White** sustainable Milano: il progetto fashion-tech di sostenibilità, innovazione tecnologica e digitale della filiera creativa e produttiva, con un nuovo focus sulle ultime strategie rivolte alla digitalizzazione del retail nel settore moda, valore fondamentale all'interno di una narrazione rivolta alla transizione ecologica e digitale, di grande interesse per i protagonisti del settore, ma anche per le nuove generazioni di consumatori sempre più evoluti in termini di consapevolezza e esigenze etiche. Un progetto sviluppato in sinergia con Class di Giusy Bettoni, l'eco-hub che rivolge la sua attenzione ai protagonisti del backstage della moda, in grado di proporre materiali e tecnologie innovative non impattanti per l'uomo e l'ambiente, nonché totalmente trasparenti, sempre più ricercati dal mondo e dal consumatore finale.

