



## **White Sign of the times è in scena a Milano dal 24 al 27 febbraio con 400 marchi**

**White** Sign of the times andrà in scena dal 24 al 27 febbraio in zona Tortona, a Milano, sotto il segno dell'ottimismo. "Tutti i marchi hanno un grande desiderio di tornare a incontrare i clienti, di mostrare le nuove collezioni di persona e di ripartire", ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, presidente e fondatore di **White** Milano, aggiungendo che la kermesse milanese sta lavorando in sinergia con Camera nazionale della moda italiana, con Camera showroom e con il prezioso supporto di Ice Agenzia sia sul fronte dell'incoming dei compratori, sia per gli eventi che animeranno la settimana della moda di febbraio, in partnership con Confartigianato. Nei giorni della fashion week milanese grazie a questa attività arriveranno 1200 buyer stranieri, che si aggiungono ai 20.000 attesi da tutto il mondo alla manifestazione. Si tratta dei top spender dei principali mercati internazionali, per potenziare l'attività di export delle aziende italiane. A questi si aggiungeranno tutti i compratori che vedono in Milano la capitale della moda europea.

"Riuscire a svolgere al meglio la nostra attività significa fare il bene delle aziende e riuscire ad operare tutti insieme verso questo ambizioso obiettivo che ci rende estremamente orgogliosi", ha aggiunto **Bizzi**.

**White** Sign of the times, fashion concept trade show di riferimento della settimana della moda milanese realizzato grazie al supporto di Maeci e Ice Agenzia con il contributo di Regione Lombardia, il patrocinio del Comune di Milano, vedrà la presenza di circa 400 marchi. Si tratta di nomi del calibro di Ines Et Marechal, Pe De Chumbo, Pierre Louis Mascià, Faliero Sarti, Dea Linda Farrow, Gruppo Luxury Denim Brama, The Saddler, Sebastian, Thomas Newman e Coliac, tanto per citarne qualcuno.

La Regione Lombardia ha contribuito anche alla realizzazione di una mostra fotografica e di un libro per celebrare i 20 anni della manifestazione creata da **Massimiliano Bizzi** nel 2002.

"Come Ice abbiamo messo in campo 19 nuove iniziative per supportare le imprese nella loro crescita internazionale e confermiamo il nostro supporto a questa edizione di **White**, e a tutto il settore, certi che capacità di innovazione, artigianalità, design, creatività e impegno verso la sostenibilità sono la chiave per posizionarsi con successo sui mercati internazionali", ha raccontato Carlo Ferro, presidente di Ice-Agenzia.

"La collaborazione tra Confartigianato, **White**, Camera della moda italiana e Camera showroom Milano, con il supporto del Maeci, tramite Ice-Agenzia, fa leva sulle migliori energie imprenditoriali del fashion italiano per consolidare la nostra leadership a livello internazionale. Confartigianato è orgogliosa di rappresentare, in questa nuova sfida, le competenze e l'eccellenza degli artigiani e piccoli imprenditori italiani della moda. Creatività, tradizione, design, ricerca innovativa, sostenibilità sono le nostre parole d'ordine per continuare a crescere sul mercato interno ed estero", ha osservato Fabio Pietrella, presidente Confartigianato Moda.

In questo contesto, ha aggiunto **Bizzi**, "**White** Sign of the times intende essere anche un punto di incontro tra aziende, buyer e showroom e si fa promotore del cambiamento e della ripresa, interpretando i segnali del tempo e le nuove esigenze della moda di nuova generazione. In questo momento crescere attraverso nuovi sistemi e lay out innovativi, come quello che vedrete a Milano dal 24 al 27 febbraio, in zona Tortona, è importantissimo per noi e per i marchi a cui diamo voce e spazio", ha detto il fondatore di



## **White**

Questa edizione di **White** propone una visione ancora più strutturata nelle tradizionali location del Superstudio Più e dell'Ex Ansaldo cui si aggiungono due destinazioni inedite nel Tortona Fashion District, per una superficie totale di 18000 metri quadrati.

L'iconica location di Superstudio Più, in via Tortona 27, si sviluppa attraverso un progetto creativo caratterizzato da concetti spaziali differenti, dedicati a più categorie merceologiche. **White** Circle Room, per esempio, segna il ritorno a un concetto di essenzialità, unito a quello di sperimentazione, dove moda e design dialogano attraverso codici inaspettati.

Un luogo in cui i brand portano in scena una visione capovolta rispetto alla moda che mai come adesso si esprime libera dai cliché. Molti dei marchi presenti sono stranieri: tra questi figurano anche i 10 brand selezionati dal British fashion council. London Showroom, infatti, torna a Milano per l'edizione di **White** di febbraio. Queste le etichette che esporranno le proprie collezioni per l'autunno inverno 2023: Carlota Barrera, Chet Lo, Eftychia, Feben, Jordanluca, Labrum London, Robyn Lynch, Roker, S.S. Daley e Yuhan Wang.

Alla lunghissima lista di marchi si aggiunge una selezione di 6 denim brand di alta manifattura, con sede in California, che saranno protagonisti della luxury lounge di **White**: Boysh, Re/done, Paige, Frame, L'agence e Mother.

Per l'edizione ormai alle porte, anche l'Ex Ansaldo, in via Tortona 54, cambia look. Giochi di luci, specchi e un'atmosfera black and **white** giocano a contrasto con l'atmosfera calda e accogliente di un set scenografico che riproduce un tipico suk mediorientale.

Inoltre, lo spazio espositivo del Mudec, il Museo delle culture in via Tortona 56, è una novità per il format di **White**, che si arricchisce di aree espositive di eccellenza legate a contenuti culturali e artistici.

Nel rispetto del Dna del museo, la kermesse ospita su due livelli l'Innovation Center e l'Auditorium, una selezione di marchi internazionali di ultima generazione, community driven, con forte spessore creativo, capacità di intercettare nuovi trend e influenzare community e audience specifiche.

Da questa edizione anche il Padiglione Visconti entra a far parte del format di **White**, accogliendo nel suo spazio polifunzionale di 1200 metri quadrati, in via Tortona 58, Wsm- **White** Sustainable Milano, il progetto di sostenibilità e innovazione tecnologica che diventa parte integrante della manifestazione e si trasforma nel primo evento totalmente focalizzato sulla filiera creativa e produttiva della moda protagonista di una concreta transizione ecologica e digitale. "Per la prima volta Wsm si svolge a febbraio, insieme al salone **White**, perché la sostenibilità è un tema imprescindibile per il fashion system ed è estremamente interessante sia per tutti gli addetti ai lavori che arrivano a Milano per la fashion week, sia per i clienti finali la cui sensibilità nei confronti del pianeta è sempre più evidente", ha concluso **Massimiliano Bizzi**.

