



## White Milano e Wsm Fashion Reboot celebrano insieme la bellezza della ripartenza

V [vogue.it/moda/article/white-milano-wsm-fashion-week](http://vogue.it/moda/article/white-milano-wsm-fashion-week)

Nicoletta Spolini



"Sarà bello tornare finalmente a camminare nel distretto di via Tortona (e non solo), con il piacere di scoprire le collezioni, toccarle con mano e riappropriarsi della parte emozionale del nostro lavoro". A dirlo è [Massimiliano Bizzi](#) founder di [White Milano](#) che da tempo ormai racconta al mondo la moda dei brand più piccoli e di nuova generazione. "A fronte dei primi dati incoraggianti sul sistema Paese, che vedono un export cresciuto del 4,6 per cento anno su anno e dell'1,4 rispetto al primo trimestre 2021, possiamo dire che stiamo vivendo **la bellezza della ripartenza**. Abbiamo progettato il [White Milano](#) e il WSM a dicembre in piena pandemia ma con la voglia di pensare positivo. Di immaginare nuove formule e nuove soluzioni".

### **WSM Fashion Reboot: è di scena il green** 🌱

Ed eccoci dunque arrivati al primo appuntamento, proprio mentre i contagi sono in netto calo e la campagna vaccinale è a pieno regime. Il [WSM Fashion Reboot](#), **l'evento di White dedicato alla sostenibilità**, andrà in scena in occasione della Milano Fashion Week Men's, dal 18 al 21 giugno, con un format phygital - 70% digitale e 30% fisico - e **un ricco calendario di workshop e talk**. On show ci sono **più di 50 collezioni, uomo**





**e gender fluid**, che si caratterizzano per il loro DNA green. Si tratta di aziende e brand che rappresentano la nuova frontiera di un'artigianalità contemporanea dove si mixano nuove tecniche di produzione e il fatto a mano, senza mai tralasciare l'aspetto della sostenibilità.

Mishimi

"Abbiamo creato **un format dinamico** che ha l'obiettivo di coinvolgere tutta la città", ha raccontato Matteo Ward, direttore artistico della manifestazione realizzata grazie al supporto di MAECI e Ice-Agenzia e alla partnership con Confartigianato Imprese. "Il main hub sarà alla Fondazione Sozzani di Via Enrico Tazzoli dove con **Sustainable Evolution**, in collaborazione con Camera della Moda, raccontiamo in modo concreto una nuova generazione di creativi. Ne abbiamo selezionati 10, italiani e internazionali: sono Froy, Lessico Familiare, Mishimi, Oh Carla, Gin Salemo', Bayria Eyewear, Kidsofbrokenfuture, Marcello Pipitone, Simon Cracker E Zerobarracento.



Sponsored

[WHITE](#) is back!

Conf export [White](#)

Adiff

© emanuelhahn

Ma non è tutto. WSM quest'anno ha scelto anche in città alcune key destination, store multibrand che partecipano all'evento mostrando "**il bello e il buono**" della moda più giovane". Ne cito solo alcuni: Biffi Boutique che presenterà Peppino Peppino (brand denim sostenibile), Daad Dantone con le borse vegan e cruelty free di Roberto di Stefano, che ha usato per primo in Italia il materiale ottenuto dal cactus di Desserto per un'intera linea di accessori, Civico Nove che presenta la nuova collezione di Ecoalf. E poi Tenhoa che racconta F/CE, un brand giapponese di apparel e accessori, che unisce viaggi e cultura a una moda sostenibile e funzionale ([qui scoprite tutti gli altri store coinvolti](#)).

Organizziamo anche **workshop destinati anche ai non addetti ai lavori** per dare modo alle persone di diventare attori di una moda davvero responsabile: tutti noi abbiamo, nel nostro armadio capi che magari nel tempo hanno iniziato a emozionarci un





po' meno, ma che potrebbero diventare estremamente contemporanei grazie a interventi di upcycling. Ebbene alcuni designer ci insegneranno come fare.





## White Milano è Sign of The Times 🎸

*Sign of The Times* è uno dei più grandi successi di Prince, uno dei migliori album di tutti i tempi. Ed è stato scelto come **simbolo del cambiamento** per la campagna del White di settembre che torna in città dal 23 al 26, tra Tortona 27|Superstudio e Tortona 54| Base Milano, Ex Ansaldo con 250 brand on show. "Noi tutti in White siamo ottimisti: nella settimana della moda di settembre riprenderà il flusso di addetti ai lavori, grazie ai diversi eventi in presenza già programmati e alla voglia di tornare a vivere", ci spiega Bizzi. "Io da tempo coltivo il mio sogno: che a Milano **la fashion week diventi un grande Expo, inclusivo di tutta la città**, capace di promuovere Milano come fece l'evento del 2015. I tempi sono maturi per fare davvero sistema. Ecco perché per la prima volta abbiamo inaugurato un nuovo format espositivo. Proprio nell'ottica di promuovere **un grande "evento diffuso"**, abbiamo coinvolto anche gli showroom multibrand di base a Milano, spazi speciali dove si potranno presentare le diverse personalità dietro ai singoli brand così come il DNA dello showroom stesso nella sua ricerca e selezione. Questo è un progetto su cui stiamo lavorando anche per mettere a frutto la forza degli operatori e riportare a Milano gli oltre 26.000 addetti ai lavori che visitavano il salone pre-covid".

Matilde Gioli





Anche **la campagna adv, del resto, trasmette innovazione e ottimismo**. Così la racconta Federico Poletti, direttore marketing di **White**: "Per la prima volta abbiamo coinvolto quattro promesse del cinema italiano. Ritratti in un'atmosfera Glam Rock dal fotografo Davide Musto e dal regista Federico Cianferoni - anche loro giovani talenti - i protagonisti sono Matilde Gioli, Ludovica Bizzaglia, Laura Adriani e Federico Cesari. Quattro giovani che rappresentano la nuova generazione del cinema italiano capaci però di esprimere anche attraverso la loro presenza sui social **i segni di una nuova era**, che parla di inclusione, sostenibilità, condivisione, amore per il pianeta.



“Insomma”, ha concluso Mario Boselli, presidente onorario della Camera della **Moda** e di Fondazione Italia Cina, in occasione della presentazione dei due eventi: “Stiamo vivendo **una sorta di riscatto post bellico senza bombe**. Se c'è un tempo per ricominciare è proprio questo: ci aspetta un periodo incredibilmente entusiasmante”.

