

White, il laboratorio di idee dà colore a via Tortona con cinquecento grandi nomi

Dal design agli occhiali, tutto ciò che fa moda

- MILANO -

WHITE, IL SALONE dello scouting internazionale, cresce e si allea con il *format* di via Tortona per creare un «fashion district». Trentamila metri quadrati interamente aperti al mondo della moda in tutte le sue sfumature, con un unico comune denominatore: la ricerca. Ricerca nello stile, nei tessuti, laboratorio di idee e tendenze. Un'evoluzione delle sfilate e delle passerelle, un vero e proprio quartiere alternativo aperto alle culture, una sorta di Meatpacking district, che a Manhattan, con la High line, è diventato anche il passeggio degli intellettuali-artisti newyorkeesi. Via Tortona e White: alleanza fra titani. Perché se il primo è già, con il design, un contenitore di successo, il secondo, grazie

all'ingegno di Massimiliano e Brenda Buzzi, in pochi anni ha fatto numeri da capogiro. Cinquecento espositori da tutto il mondo, con un ricambio annuale perché White è, e deve restare, una vetrina senza polvere. A presentare le novità delle collezioni, oltre al fondatore del White, l'assessore alla Moda del Comune, Cristina Tajani, che legge nel salone una storia d'impresa di grande successo: «La collaborazione e l'attenzione con cui seguiamo l'evoluzione e lo sviluppo di White testimonia la nostra vicinanza ai protagonisti di questa esposizione e anche alle piccole e medie imprese, che rappresentano un tratto distintivo del Made in Italy nel mondo».

CHE I 500 più internazionali brand approdino a Milano è il

miglior attestato di stile per la città. «La moda è una realtà importantissima per l'economia italiana e uno dei settori che riesce ad attirare il maggior numero di visitatori esteri nel nostro Paese», ha detto Massimiliano Buzzi. Negli spazi di Tortona 27 guest designer sarà «Piccione Piccione», la giovane maison che fa capo a Salvatore Piccione, vincitore del concorso «Who is on next? 2014 di Altaroma», che debutterà nell'area dedicata al new look-new style.

La stessa area ospiterà White Glasses, la sezione dedicata agli occhiali di ricerca, che oggi sono diventati un accessorio glamour quasi indispensabile per il look. E spazio anche alla nuova sezione, quella dei bijoux, 18 nuovi brand.

Anna Giorgi

anna.giorgi@ilgiorno.net

CHE COS'È

**QUARTIERE ALTERNATIVO
APERTO A NUOVE TENDENZE
DEGLI ESPOSITORI**

L'ASSESSORE TAJANI

«Siamo vicini
ai protagonisti
di questa iniziativa»

CREATIVITÀ

**IN PROGRAMMA
MOMENTI DI INCONTRO
E DI CONFRONTO**

IL PATRON BIZZI

«Questo settore
è quello che attira
più visitatori esteri»