



FASHION

FASHION FOOTWEAR LIFESTYLE WAIT! MAG



Settembre è il mese della moda. Settembre è il mese di **White**. Il trade show più importante di questo settore in Italia. Un punto di riferimento per buyer e stampa internazionali.

Il 17 settembre, come da tradizione, si è svolta a Palazzo Marino la conferenza stampa della fiera. Da sempre partecipa in modo attivo, il Comune di Milano, ha rinnovato il suo appoggio alla kermesse attraverso le parole di **Cristina Tajani**, assessore alla Moda e Design: << siamo lieti di sostenere con il nostro patrocinio questo evento tanto importante per la città, soprattutto perché in questa occasione viene evidenziato e riconosciuto l'aspetto produttivo e creativo dei giovani designer, oltre a quello dei brand storici che partecipano da sempre a White >>. **Massimiliano Bizzi**, fondatore di White, è poi intervenuto fornendo numeri da record: << White non è una "pura" fiera del settore, che a Milano tra l'altro non avrebbe senso visto che qui ci sono i più grandi e importanti show-room del mondo, ma è piuttosto un evento dove la moda è ricerca, creatività e qualità. È questo il motivo per cui quest'anno abbiamo **186 brand nuovi**, il che è davvero grandioso. **Il 34% dei 500 brand** che partecipano **sono internazionali**, e questo è l'aspetto su cui dobbiamo migliorare. Ma **possiamo ritenerci soddisfatti perché ci prendiamo il rischio di rinnovare ogni volta almeno il 30% dei designer** che espongono a White. L'obiettivo è di far trovare ai visitatori sempre stimoli nuovi >>. Queste le parole di Bizzi decisamente carico e pronto per l'imminente edizione che avrà luogo il 26, 27 e 28 settembre in tre location: Tortona 27 (Superstudio Più), Tortona 35 (Hotel Nhow) e Tortona 54 (ex Ansaldo). Ma veniamo ai nuovi brand, i veri protagonisti dell'evento, e a **Francesca Cella**, direttore generale e leader del team-stile di White: << mai come quest'anno ci siamo focalizzati sulla ricerca. Con il mio staff di cinque persone abbiamo lavorato molto sull'aspetto R & S, trovando infatti brand emergenti davvero molto interessanti, in modo tale da soddisfare stampa, pubblico e naturalmente i buyer. Non dimentichiamo infatti che **White è un'importantissima vetrina** >>. Tra i brand citati da Cella è da segnalare **Sapopa**, brand emergente, il cui leitmotiv è assolutamente unico. **Per la prima volta in assoluto infatti un marchio realizza una collezione active-wear sartoriale da donna**. << Siamo molto orgogliosi >> spiega Piero Righetto, fondatore insieme a Maria

Elena Ghisolfi del brand. << Il lato sportivo e quello sartoriale sono due anime da sempre considerate molto distanti tra loro. Noi abbiamo voluto fonderle in qualcosa di unico ed estremamente attuale ed elegante. **Il nostro prodotto è tutto realizzato in Italia**; nonostante questo **teniamo molto al concetto di "community"** tipico americano. Vogliamo infatti che il cliente che acquista Sapopa lo faccia perché si sente parte di un progetto, una visione importante, e non solo per avere un capo in particolare >>. Tra gli altri brand contemporary e dallo stile "urban" spiccano **Toga Pulla Footwear, Barbara Alan, Avn, Bonomea e Vaerso.**



Alla conferenza stampa è intervenuta anche **Gisella Borioli**, fondatrice e amministratore delegato di Superstudio Più, che ha annunciato la presentazione, durante White, del logo ufficiale del **Tortona Fashion District**. << Questo distretto è nato, in realtà, già nel 1983. Con il passare del tempo si è evoluto portando un'alta concentrazione di show-room e negozi. Ecco perché abbiamo deciso di realizzare un sito web dedicato e una mappa con evidenziati sia i brand storici di zona Tortona che quelli nuovi, emergenti >>.

Una Milano che sta prendendo sempre più il passo delle altre capitali mondiali della moda dunque, e che, grazie ad eventi importanti come White, riesce ad offrire sempre qualcosa in più: la qualità e la ricerca di nuovi stimoli, di nuove frontiere del lusso contemporaneo.

whiteshow.it