

# Al via oggi White Milano con 511 espositori

Il salone della moda contemporary occuperà 20 mila metri quadrati in via Tortona. Pagine a cura di Barbara Rodeschini

**S**arà inaugurata oggi alla presenza del sindaco di Milano, Beppe Sala, la nuova edizione di White Milano. Il salone della moda contemporary, organizzato da M.Seventy, nell'edizione di febbraio e settembre, focalizza l'attenzione sullo sviluppo del womenswear. A raccontare le nuove tendenze saranno 511 marchi, di cui 366 italiani e 145 esteri con le new entry che pesano per il 30% del totale. Organizzato in un perimetro espositivo di circa 20 mila metri quadrati che va a toccare tre location in via Tortona 27, 35 e 54, il salone ieri sera è stato protagonista del calendario ufficiale di Milano moda donna con lo show di Situationist. Il creativo georgiano che è stato scelto come special guest di questa edizione, dedicata alle collezioni per l'autunno-inverno 2017/18, ha sfilato negli spazi della sala delle Cavallerizze del Museo della scienza e della tecnologia di via Olona, segnando, di fatto, un ulteriore passo nella direzione della sinergia tra i player della moda italiana grazie all'accordo di cooperazione che lega White Milano e Cnmi-Camera nazionale della moda italiana. Non solo, l'evento ha ribadito anche la vicinanza tra il salone e le istituzioni milanesi come sottolineato da Cristina Tajani, assessore alle Politiche per il lavoro, sviluppo economico, moda e design del Comune di Milano. «Da anni come amministrazione siamo al fianco di White, convinti che non sia solo un luogo di esposizione e d'incontro per operatori e addetti ai lavori, ma, soprattutto, un grande laboratorio creativo, impegnato nella costante ricerca di nuovi talenti e linguaggi espressivi. Una realtà di riferimento», ha continuato, «oggi imprescindibile per chiunque voglia confrontarsi con il comparto fashion internazionale». Un appuntamento irrinunciabile che attende 22 mila visitatori e che grazie a una strategia precisa mette in contatto distributori, marchi consolidati e start up con i buyer nazionali ed internazionali. Non solo, se l'edizione di febbraio ha il compito di svelare il womenswear per l'inverno, la prossima, in calendario a giugno, prosegue nel promuovere in contemporanea le collezioni maschili e le precollezioni donna con il format White Man and Woman, l'unico salone al mondo che permette di ospitare nello stesso stand sia la collezione maschile che quella femminile. «White da due anni a questa parte ha trovato la sua identità precisa puntando tanto sull'uomo quanto sul womenswear ed è sempre più proteso in questa strategia a doppio binario espositivo», ha spiegato Massimiliano Bizzi, fondatore di White, «e i numeri confermano il successo della strada intrapresa, con la crescita significativa della sezione Only woman e con il riscontrato successo delle aree speciali dedicate al ready-to-wear femminile a ogni edizione. White man and woman si avvia a diventare la risposta certa alle esigenze dei buyer internazionali e degli addetti ai lavori, che qui trovano ricerca di altissimo livello interpretativo, marchi ben bilanciati nel rapporto qualità prezzo e soprattutto una giusta collocazione temporale, con date che corrispondono alle loro necessità di acquisto». (riproduzione riservata)



NELL'IMMAGINE, ABITO MOMONI, BORSA ROBERTO DI STEFANO E SCARPE ALETHEIA PHOTO@KAREL LOSENNICKY PER WHITE

Network

# M.Seventy amplia la struttura firmata White

Tra le novità del salone, l'arrivo di Mario Boselli nel consiglio d'amministrazione oltre all'istituzione dell'advisory board

Cresce l'organigramma di M.Seventy, la società cui fanno capo le quattro edizioni del salone White. Un nuovo assetto organizzativo che punta a sostenere lo sviluppo del format espositivo che è uno dei principali saloni italiani ma si sta anche ritagliando velocemente un ruolo anche all'estero. Così, se da un lato, il consiglio d'amministrazione vede l'entrata di **Mario Boselli**, già presidente di Fiera Milano e di Pitti Immagine, attualmente presidente onorario della Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, dell'Arab Fashion Council e official ambassador della Shanghai Fashion Week. Dall'altro, con l'obiettivo di supportare la governance in un'ottica di ulteriore crescita, la società ha creato la figura dell'advisory board con funzioni di analisi strategica del segmento contemporary con un mix di competenze su diversi settori, che vanno ad arricchire la visione imprenditoriale di M.Seventy. «La logica di crescita che M.Seventy ha sempre perseguito nel corso degli anni non ha mai seguito percorsi meramente fieristici», ha spiegato **Brenda Bellei**, ceo di White-M.Seventy, «oggi siamo una realtà affermata nel fashion system, capace di attrarre anche marchi consolidati, che in White trovano la piattaforma ideale per le loro strategie imprenditoriali. Grazie al nuovo Advisory board siamo pronti a intraprendere un programma di internazionalizzazione mirata alla promozione delle nostre aziende all'estero». Il nuovo comitato consultivo è composto da **Antonio Sala**, **Giuseppe Mazzarella** di Confartigianato e **Roberto Falchi**, già general manager in aziende luxury goods come Prada, Marni, Christian Dior e amministratore delegato di Boglioli spa. (riproduzione riservata)



Qui sopra, **Brenda Bellei Bizzi** e **Massimiliano Bizzi**, ceo e founder di White in un portrait realizzato da **Julien Boudet**

Made in Italy

# MIAC AL RILANCIO SUI NUOVI ARTIGIANI

White e Confartigianato imprese insieme per creare il nuovo It's Time to Contemporary Artisan

Non si ferma la progettualità firmata **Miac-Moda italiana aziende contemporary**, il contenitore che vede alleati **White** e **Confartigianato imprese**. Nata con l'obiettivo di individuare le migliori collezioni di moda hand made, l'iniziativa si è concretizzata nel 2016 con il varo di **It's Time to Contemporary Artisan**, uno spazio narrativo interamente dedicato alla valorizzazione del bello e ben fatto italiano. Un percorso che ha saputo ritagliarsi un ruolo interessante per i buyer che da questa stagione potranno vederlo in tre locationi differenti: **White Studio** realizzata in collaborazione con **Clara Tosi Pamphili** e **Alessio de Navasques**, **White Artisan lounge** e nella nuova sezione **White Folies**. E se **White Studio**, in via Tortona 54, ha il compito di identificare l'avanguardia stilistica di matrice manifatturiera con dieci realtà tra cui **Mario Costantino Triolo** e **Cangiari** alla **White Artisan lounge**, allestita all'interno delle residenze d'artista dello spazio Base Milano, è affidato il focus sugli accessori realizzati da 16 aziende di cui nove specializzate in borse e sette shoemaker. In via Tortona 27 l'appuntamento è poi con **White Folies** che porta in scena otto designer selezionati per aprire una porta sulla follia del colore, del dettaglio e della sperimentazione couture con abiti e accessori pensati per situazioni straordinarie. Un esperimento fuori dal comune, che vuole lasciare spazio anche ai visionari, investendo su chi progetta moda con competenza, ma sognando come il creativo ventunenne **Filippo Laterza**. (riproduzione riservata)



Un look firmato **Greta Boldini**

Exhibition

# ROBERTO PELLIZZONI PRESENTA SO LUCIO!

L'installazione ripercorre il lavoro di Lucio Costa e svela la capsule per l'autunno-inverno 2017/18

Arte e Moda insieme sotto l'egida di **White Milano**. Fino a lunedì 27 febbraio, all'interno della **My Own Gallery** di via Tortona 27, va in scena **So Lucio!**, l'installazione firmata da **Roberto Pellizzoni** per celebrare il lavoro di **Lucio Costa**. L'iniziativa, che segue il lancio del libro eponimo curato da **Alice Gentiluoci** con immagini scattate da **Federico Garibaldi**, ripercorre il lavoro di Costa dall'esordio nel 1987 al 2012, anno della scomparsa, attraverso l'esperienza di Pellizzoni, socio storico, direttore creativo e curatore dell'archivio del designer, che sta lavorando al rilancio della label. Non solo, accanto all'impianto artistico sarà presentata anche la nuova capsule di abiti e cappella per il prossimo autunno-inverno. Un percorso emotivo che parte dall'heritage per guardare al domani come ha commentato la giornalista e storica del costume **Giusi Ferrè**: «Niente rappresenta il futuro più di questa moda presente, dove i ruoli si scambiano, la sensualità diventa purezza. La razionalità, sentimento. Generazioni nuove che sembrano arrivare da un pianeta lontano». (riproduzione riservata)



Qui sopra, l'installazione **So Lucio!**

Premi

# Sainte Courtisane vince il quinto Ramponi award

La label fondata nel 2012 da Laura Bihl e Betsabé Valencia è sostenuta dal progetto Maison de Mode per il supporto dei designer emergenti con sede nel Nord della Francia

Parla francese la quinta edizione del **Ramponi award**. Lanciato nel 2016, il premio voluto da **Alfredo Ramponi**, ceo di **Ramponi stones and strass** e ideato in tandem con **Nuova Libra** per sostenere i nuovi talenti nella presentazione del loro progetto, per la prima volta va a una realtà straniera, il marchio **Sainte Courtisane**, fondato nel 2012 da **Laura Bihl** e **Betsabé Valencia**. La realtà di Lille ha convinto per un'estetica made in France ma anche per la suggestione stilistica che attrae elementi apparentemente inconciliabili e li trasforma in armonia, una caratteristica questa che è piaciuta anche al progetto **Maison De Mode** che punta al sostegno dei giovani designer del nord della Francia. Così come i suoi predecessori, **Alberto Zambelli** a febbraio 2016, **Linda Calugi** con **Twins of Florence** a settembre 2016, **Francesca Castagnacci** e **Francesco D'Amico** per gli accessori,



Un look **Sainte Courtisane**

rispettivamente a giugno 2016 e a gennaio 2017, anche **Laura Bihl** ha l'opportunità, grazie alla collaborazione con **White**, di esporre il proprio lavoro in uno spazio speciale in via Tortona 35. Non solo, il 2017 vede anche l'ampliamento del raggio d'azione dell'award stesso che diventa annuale permettendo ai designer di candidarsi senza scadenze temporali. Basterà infatti accedere al sito di Ramponi per visualizzare il bando, scaricare il regolamento, selezionare la propria categoria di appartenenza e inviare la candidatura. «L'evoluzione progettuale del Premio Ramponi fa parte di un percorso di sostegno più ampio, che maturerà nel corso delle prossime stagioni. In questa nuova veste, il concorso avrà l'obiettivo di creare una rete permanente di supporto, che permetta la crescita dei designer e che lasci indipendente il processo di ideazione», ha spiegato **Alfredo Ramponi**. (riproduzione riservata)