

White al via oggi nel segno dell'innovazione

Sotto i riflettori della rassegna milanese le nuove tendenze della moda donna, in tema di ready to wear, accessori, beauty e gioielli. Attesi 20 mila visitatori, chiamati ad ammirare gli oltre 500 brand internazionali. Questa stagione il ruolo di special guest sarà affidato a Sapopa e Ultràchic. **Pagine a cura di Barbara Rodeschini**

Ricerca, avanguardia e progettualità. Sono queste le parole chiave della nuova edizione di White al via oggi in Via Tortona. L'appuntamento dedicato alla moda contemporary, fondato da Massimiliano Bizzi e organizzato da M. Seventy, festeggia 15 anni di lavoro portando all'attenzione di un pubblico qualificato il meglio della creatività internazionale. Protagonista del percorso espositivo, che si snoda attraverso tre location in Via Tortona 27, 35 e 54, è lo stile di ultima generazione raccontato dalle voci più interessanti del made in Italy ma anche della scena internazionale che questa stagione valgono il 34% del brand mix. A fare la differenza anche questo settembre è la capacità di innovazione: ogni stagione c'è un turnover che coinvolge oltre il 30% degli espositori. Una vocazione allo scouting che ha portato la kermesse ad essere tra gli appuntamenti più ambiti nelle agende dei buyer più rilevanti della scena globale. Coerente con questa visione è la scelta di affidare il ruolo di special guest designer a due realtà interessanti del made in Italy come Sapopa e Ultràchic. E se il primo, fondato da Piero Righetto e Maria Elena Ghisolfi, interpreta una nuova tendenza che avvicina activewear e tailoring, il secondo, nato dall'intuizione di Viola Baragiola e Diego Dossola, è la quintessenza della femminilità alla milanese. «Sapopa nasce dall'incontro tra esperienze differenti e riunisce in un progetto autentico le nuove esigenze del pubblico internazionale che cerca un abbigliamento performante ma con un'immagine contemporanea», ha sottolineato Righetto, «è un mondo in costante divenire e vuole essere un punto di incontro per una community che fa dei valori dello sport e della positività il loro tratto distintivo». Apparentemente molto lontani i due special guest designer rappresentano aspetti diversi di un'avanguardia creativa che è destinata a lasciare il segno. «Ultràchic si

rivolge a una donna ironica ed elegante che ha voglia di differenziarsi», ha continuato Viola Baragiola, «abbiamo una modellistica curatissima che unita a tessuti e stampe esclusive costruisce pezzi spesso unici che stanno letteralmente andando a ruba nel nostro negozio di Via Meravigli. Le nostre collezioni hanno un'autonomia di pensiero differente dai trend stagionali e questo fa sì che ogni donna possa viverle in maniera personale». Perché la creatività è un concetto in costante movimento che abbraccia le mille sfaccettature dello stile come dimostra ampiamente il percorso espositivo di White che è sempre più una vetrina trasversale sull'estetica contemporanea. Un viaggio esperienziale che tocca il made in Italy più estremo con marchi come Bonomea e Almala Icon ma anche contaminazioni cultural chic come Anjuna e Teva. E non mancheranno di far parlare di sé poi le aree dedicate agli showroom internazionali, Baltimora Studio e Six London, che portano una selezione deluxe che comprende nomi del calibro di Anine Bing, Damsel, For Love & Lemons, One Teaspoon, Paris Texas, Unrealfur, Vanessa Mooney e poi ancora Toga Pulla Footwear, Markus Lupfer, Swear London, Thakoon Addition, Dora Teymur e Each X Other. Da non perdere poi la special area dedicata al progetto Collection Privée? alla seconda stagione del progetto di ready to wear realizzato in collaborazione con Manuela Arcari, la quinta stagione di Virginia Bizzi e la nuova collezione di Faliero Sarti. Mentre il basement si conferma l'area underground di riferimento con le proposte di Henrik Vibskov, del denimwear californiano 69, assieme a Arielle De Pinto, Katrine Kristensen, Vibe Harsloef, Node, Barbara Alan e Building Block cui si aggiunge un'interessante compagine italiana guidata da Ermanno Gallamini, Nostrasantissima, Peter Non e Album di Famiglia Design Collection - serie numerata. (riproduzione riservata)

Milano accende i riflettori sui saloni con White, Super e Mipap

Più di 800 marchi per una tre giorni dove scoprire le proposte più di nicchia per la primavera-estate 2016. Milano alza oggi il sipario sulle tre fiere womenswear **White**, **Super** e **Mipap**, rispettivamente dislocate nelle tre location di via Tortona e nel padiglione 3 di **FieraMilanoCity** di viale Scarampo/Gate5. A quota 500 i brand che saranno protagonisti della rassegna contemporary organizzata da **M.Seventy**, con il 34% dei quali provenienti

dall'estero e 186 tra new entry e ritorni. Special guest designer di questa edizione saranno, inoltre, il marchio milanese **Ultràchic** disegnato da **Viola Baragiola** e **Diego Dossola**, oltre alla label Sapopa. Alla sesta prova sul campo la

fiera milanese di **Pitti immagine**, pronta ad accogliere 160 brand protagonisti di **Super** (circa il 40% proveniente dall'estero). Con un focus particolare sulle collezioni di accessori, il salone punta a superare il risultato ottenuto

dell'ultima edizione, che aveva attirato 6 mila buyer, di cui il 20% straniero. Spazio per i talenti emergenti internazionali con la piattaforma **SuperTalents**, in collaborazione con *Vogue talents*. La moda protagonista anche da **Mipap**, la fiera dedicata al ready to wear organizzata da **Fiera Milano**, che accenderà i riflettori su 160 collezioni, per il 25% provenienti da oltreconfine. Del totale circa 53 saranno nuovi brand.

