



White |Sign of the Times chiude a quota 18.850 visitatori



Sono stati 18.850 i visitatori di **White |Sign of The Times**

: il salone di zona Tortona chiude quindi in crescita del 24% rispetto a settembre 2021.

Questa non è stata un'edizione qualsiasi per la rassegna, che alla consueta ricerca a livello di brand e tendenze ha aggiunto format, location e contenuti innovativi, organizzando talk, workshop e momenti di formazione, nell'ottica di una piattaforma fieristica sempre più multimediale.

Per la prima volta l'evento ha ospitato **Wsm- White Sustainable Milano**, un progetto fashion tech interamente dedicato alla filiera produttiva sostenibile e alle nuove tecnologie a supporto della transizione ecologica e tecnologica delle Pmi.

Il tutto con il sostegno di **Maeci** e **Ice Agenzia**, in partnership con **Confartigianato Imprese**, con il contributo di **Regione Lombardia** e il patrocinio del **Comune di Milano**.

L'impegno della manifestazione per la sostenibilità è stato avallato dalla presenza di **Vannia Gava**, sottosegretario di Stato del **Ministero della Transizione Ecologica**. «È il momento di guardare con attenzione ai nuovi obiettivi finalizzati alla decarbonizzazione, affiancando le aziende del tessuto produttivo del nostro Paese, che lavorano costantemente per individuare tecnologie in grado di ridurre le emissioni. Obiettivo di questo Ministero è costruire un percorso condiviso con queste realtà», ha affermato Gava.

A **White** è intervenuta da remoto **Lucia Borgonzoni**, sottosegretario di Stato per la Cultura, che ha parlato durante il talk *Internazionali, sostenibili, attrattivi. La moda, gli eventi e il futuro delle eccellenze italiane* all'interno di Wsm.

«La moda è cultura e le istituzioni di ogni livello devono prestarle la massima attenzione - ha sottolineato - affinché il forte potenziale espresso dalle sue eccellenze lungo tutta la filiera venga messo a sistema e il settore possa funzionare da molla per l'economia italiana». Borgonzoni ha ricordato che l'esecutivo ha già messo a punto una serie di interventi per aiutare il comparto e che altri ne arriveranno.

Massimiliano Bizzi, founder e direttore artistico di **White**, ha insistito ancora una volta sul termine sistema. «Stiamo procedendo con coerenza rispetto ai nostri piani di



sviluppo e di evoluzione della settimana della moda, che da tempo concepiamo come un fashion expo unico nel quadro internazionale - ha precisato -. Siamo in costante dialogo con le istituzioni e i maggiori attori della città e delle imprese di moda, affinché l'intuizione di Sign of The Times si trasformi in realtà pragmatica e innovativa».

Bizzi ha ripercorso gli highlight della kermesse, tra cui la *Circle Room*: tra i protagonisti di questa expo-installazione, in sinergia con il magazine berlinese **032c** e **Dimorestudio**, **Acne Studios** e **Phipps International**. Nella *Luxury Lounge* si sono invece accesi i riflettori sul denim californiano, con **Boyish**, **Re/Done**, **Paige**, **Frame**, **L'Agence** e **Mother**.

Nel **White Cube** al Superstudio Più è stata allestita la prima mostra sulla calzatura contemporanea insieme al **Museo Internazionale della Calzatura Pietro Bertolini** di Vigevano. Close up su **The Saddler**, **Sebastian Milano**, **Coliac by Martina Grasselli**, **Thomas Neuman**, **Kallisté**, **Ajoy Sahu**, **Reike Nen**, **Dubie**, **Havva**, **Katrine Hanna**, **Gray Matters** e **Souliers Martinez**.

A Wsn è stato presentato il docu-evento multisensoriale *Unveiling the fashion backstage*, che si è avvalso della collaborazione di **Giusy Bettoni** (fondatrice e ceo di **C.L.A.S.S.** eco-hub) e di **Marco Poli** (ceo di **The Style Lift**). Non è mancata un'esperienza immersiva virtuale con *NssMeta*, insieme a *Nss Magazine*.

Da segnalare al Mudec *Beyond the Norm*, piattaforma interdisciplinare con un mix di emergenti e marchi affermati: per citarne alcuni, **Kidsuper Studios**, **Formy Studio**, **The Uff Studio** e **Knwls**.

Tra i buyer intervenuti, grazie a un'operazione di networking, i portavoce di **Harvey Nichols** (Dubai), **Lane Crawford** (Hong Kong e Mainland China), **Bergdorf Goodman** (New York), **Neiman Marcus** (Dallas), **The Webster** (Miami-New York), **Matchesfashion** (Londra) e **Illum** (Copenhagen).

White, che ha ospitato 330 brand su un'area espositiva di 18mila metri quadri, ha potuto contare su tre partnership trasversali: con **Bmw** (Sustainable Mobility Partner), **Scalapay** (Innovative FinTech Partner) e **Brandart** (Sustainable Packaging Partner).

