



White | Sign Of The Times all'insegna della qualità e della contaminazione



Oltre 300 gli espositori di febbraio

Oltre 300 brand, con un incremento a due cifre di quelli esteri, arrivati a rappresentare la metà circa del totale. Questi i numeri preliminari di White | Sign Of The Times, che si prepara all'appuntamento fra venerdì 24 e lunedì 27 febbraio, negli spazi del Superstudio Più e dell'ex-Ansaldo.

La nuova edizione, presentata oggi a Milano, vede il patrocinio del Comune di Milano e del ministero della Cultura, che nel *Programma Nazionale Cultura 21-27* prevede facilitazioni per i giovani creativi. Inoltre ha il supporto del ministero degli Affari Esteri e della cooperazione internazionale-Maeci e di Ice-Agenzia per la promozione all'estero.

L'evento fieristico è stato organizzato puntando a «crescere in termini di qualità, grazie a un brand mix intelligente, per i buyer che hanno sempre meno tempo di frequentare i saloni», ha spiegato il presidente e fondatore Massimiliano Bizzi.

«Da due stagioni a questa parte trovo che sia essenziale per noi buyer differenziarsi e rinnovarsi», ha ribadito **Beppe Angiolini**, dal 2021 ambassador e direttore creativo di White, nonché titolare dello store **Sugar** di Arezzo e presidente onorario di **Camera Buyer Italia**. «Credo che Milano sia tornata a essere una realtà molto importante grazie a **Camera Moda** e a White, che sta diventando una fiera di eccellenze più internazionale». Angiolini ha anche preannunciato che il White sarà l'occasione per presentare una nuova piattaforma online per il centinaio di iscritti a Camera Buyer. Fa seguito all'acquisizione, da parte dell'associazione, di **iKrix**, un marketplace con sede a Genova, fondato nel 2014, tradotto in sette lingue e che spedisce in oltre 80 Paesi del mondo.

Anche nell'edizione di febbraio si rafforza la collaborazione di lunga data con **Csm-Camera Showroom Milano** e con **Confartigianato Moda**. Secondo il nuovo presidente degli artigiani, **Moreno Vignolini**, l'innovazione nel made in Italy passa per l'artigianalità e il suo auspicio è che al White ci sia il coinvolgimento dei buyer.

Di certo fa ben sperare la riapertura della Cina ai viaggi turistici e professionali. «Ci sono brand validi e full made in Italy che non hanno un network in Cina: avere i cinesi che vengono fin qui è un aspetto importante», ha sottolineato **Mario Boselli**, presidente della **Fondazione Italia Cina** e presente nel board di White. L'altro aspetto positivo per il



mercato della moda è che «i cinesi hanno l'Italia in cima alla lista delle destinazioni», dopo tre anni di confinamento.

Milena Del Grosso, dirigente dell'Ufficio Beni di Consumo di Ice ha confermato l'impegno dell'agenzia nella promozione mediatica della fiera e nell'invitare i buyer stranieri. «Per l'area medio alta di mercato - ha chiarito - vediamo nicchie non ancora occupate in Europa e Stati Uniti, in Cina e India ma anche nel Sud-Est asiatico, in America Latina e Africa sub-sahariana».

Alcuni highlight dell'appuntamento milanese, sempre più aperto alle contaminazioni di stili e culture, sono stati presentati da **Simona Severini**, co-fondatrice di **White** nel 2002, rientrata nello staff dopo alcuni anni di assenza. «I saloni hanno bisogno di diventare sempre più internazionali, proponendo e talvolta azzardando stili diversi da quelli cui siamo abituati», ha premesso.

In quest'ottica prosegue il progetto *Secret Rooms*: cinque stanze "nascoste" nel percorso espositivo di **White**, che danno risalto ad altrettanti progetti di giovani talenti, selezionati tenendo conto di aspetti quali i codici stilistici, la sostenibilità, la visione anticonformista con un'impronta internazionale (in alto, un look **Romeo Hunte**, marchio newyorchese amato da **Beyoncé**, **Lewis Hamilton**, **Jennifer Hudson** fino a **Michelle Obama**, che collabora con Fashion Minority Alliance, organizzazione no-profit per una moda più inclusiva e all'insegna della diversity).

Con il supporto dell'ambasciata canadese, e grazie al programma *Ifa-Indigenous Fashion Art*, arriveranno a Milano anche sei designer rappresentanti della cultura dei nativi canadesi. All'ex-Ansaldo di via Tortona 54 ci saranno cinque brand dalla Norvegia, che coinvolgono il ministero della Cultura per il progetto *Expowhite*. L'iniziativa *From Design to Production* presenta invece una selezione di collezioni dall'Armenia e dalla Moldavia. Nella Lounge di via Tortona 27 un po' di West Coast con il progetto *Los Angeles Vintage*.

