



#whiteshow #signofthetimes #upsidedown #circlethevalue

WHITE CHIUDE L'EDIZIONE DI FEBBRAIO CON 18.850 VISITATORI

**Sempre più all'insegna di Sign Of The Times:
+ 24% di buyer vs settembre 2021
18.000 mq di esposizione, 330 brand
2 nuovi format**

I brand internazionali *community driven* protagonisti al Mudec.

Al Padiglione Visconti la filiera creativa e produttiva della moda sostenibile apre le porte agli addetti ai lavori, alla cittadinanza, ai consumatori e agli eco-geek.

+ 45% di presenze grazie al lancio del format WSM | White Sustainable Milano su sostenibilità e tecnologia.

L'edizione *upsidedown* rinnova gli schemi della fashion week.

Si è chiusa l'edizione di febbraio 2022 di **WHITE | Sign Of The Times** che ha segnato un importante cambiamento nella strategia e comunicazione del Salone. A una ricerca sempre più attenta e selezionata di brand rappresentativi delle tendenze che verranno, WHITE aggiunge da questa edizione format, location e contenuti innovativi. Talks, workshop e momenti di formazione hanno implementato l'attrattiva della piattaforma fieristica, sempre più multimediale, grazie al coinvolgimento dei maggiori player del settore, opinion leader e trend-setter internazionali.

L'evento, per la prima volta, ha ospitato **WSM – White Sustainable Milano**, il progetto Fashion Tech interamente dedicato alla filiera produttiva sostenibile e alle nuove tecnologie a supporto della transizione ecologica e tecnologica delle PMI.

La manifestazione, con la direzione artistica di Massimiliano Bizzi, è stata realizzata grazie anche al supporto di **MAECI e ICE Agenzia**, in partnership con **Confartigianato Imprese**, con il contributo della **Regione Lombardia** e il patrocinio del Comune.

“È il momento di guardare con attenzione ai nuovi obiettivi finalizzati alla decarbonizzazione, sostenendo le aziende del tessuto produttivo del nostro Paese. Sono orgogliosa di essere italiana e di poter dare il mio contributo in momento così importante per questo Paese che rappresenta il secondo in Europa per la manifattura e il primo nella moda. È prioritario sostenere le aziende della filiera che lavorano costantemente per trovare nuove tecnologie al fine di ridurre le emissioni. L'obiettivo di questo Ministero è quello di costruire un percorso condiviso con le imprese, per sostenerle, ma soprattutto accompagnarle in questo importante processo d'innovazione responsabile”, ha dichiarato il Sottosegretario di Stato del Ministero della Transizione Ecologica Vannia Gava in visita a WHITE e WSM, protagonista del talk “Milano capitale della moda. Le sfide della transizione ecologica”



Un'operazione potenziata di networking col mercato estero ha visto la presenza di buyer internazionali qualificati e rilevanti, anche da Paesi extra europei con nomi come Harvey Nichols Dubai, Bergdorf Goodman NY Neiman Marcus Dallas, Buying office di Joyce e Lane Crawford Hong Kong e China, The Webster Miami-NY, Murkudis Berlino, Voo Store Berlino, Ounass.com Dubai, Saks Fifth Avenue Dubai, Matches Fashion Londra, Illum Copenhagen, Tom Greyhound Parigi e Corea, Pompeu Malaga, Antonia Lage Portogallo, Jacques Loup Cannes tanto per citarne solo alcuni.

“La moda è tra le massime espressioni della bellezza tipicamente italiana, perché racconta e rappresenta quell'immenso patrimonio custodito nelle mani di imprese – anche piccole – che con il loro saper fare hanno reso tanto grande il nostro Paese agli occhi del mondo. Non mi stancherò mai di ripeterlo: la moda è cultura. È per questo che le istituzioni di ogni livello devono al comparto ancora

più attenzione e sostegno, 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 del Paese. In questi mesi è stata messa in piedi una serie di interventi per cercare di aiutare il settore e ci sono sul tavolo strumenti importanti per proseguire in questa direzione". Lo ha dichiarato il Sottosegretario di Stato per la Cultura Lucia Borgonzoni intervenendo da remoto al talk "Internazionali, sostenibili, attrattivi. La moda, gli eventi e il futuro delle eccellenze italiane" organizzato per l'edizione 2022 di WSM - "White Sustainable Milano" nell'ambito della Milano Fashion Week.

"Questo risultato è importante. Dimostra ancora una volta che progettualità e sistema sono le chiavi di un lavoro di successo, anche in un momento storico così particolare. Stiamo procedendo con coerenza rispetto ai nostri piani di sviluppo e di evoluzione della visione della settimana della moda che da tempo concepiamo come un Fashion Expo unico nel sistema internazionale. 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 una realtà pragmatica e innovativa. Mi auguro che oggi Milano realizzi la rilevanza della partita che sta giocando, ne colga l'opportunità strategica nel confronto con le altre capitali del fashion, in primis Parigi, e continui su questa strada." Commenta **Massimiliano Bizzi, founder di WHITE.**



Un'edizione zero dal punto di vista della visione e dei linguaggi evoluti allineati alle esigenze dei nativi digitali, prende forma in un percorso condiviso con le aziende e finalizzato a una concreta transizione ecologica. Una manifestazione caratterizzata da una progettualità significativa, alimentata e sostenuta da tre partnership trasversali che si sono riconosciuti nell'obiettivo di comunicare un sistema valoriale rivolto alla sostenibilità e all'economia circolare: **BMW Sustainable Mobility Partner, Scalapay Innovative FinTech Partner e Brandart Sustainable Packaging Partner.**

Numerosi eventi e installazioni nelle esclusive location del Mudec - Museo delle Culture, House of BMW e nell'area dedicata a WHITE Casa hanno alimentato quest'edizione di WHITE come piattaforma interdisciplinare in cui la creatività di talenti emergenti, marchi affermati e partner strategici, si sono fusi in una celebrazione comune di arte e moda con **partner internazionali come London Showroom, 032c, NSS Magazine, Spain Fashion Designer.**

Un progetto creativo di grande impatto visivo quello della Circle Room, l'expo-installazione progettata in partnership con il magazine berlinese 032c e Dimorestudio che ha interpretato lo spirito del nostro tempo e l'evoluzione del costume, attraverso una

selezione di brand cutting edge e affermati che hanno presentato le loro collezioni FW22-23

Acne Studios / SR STUDIO LA. CA. / LeCavalier / Entire Studios / 44 LabelGroup / Kasia Kucharska / Phipps International.

Nella Luxury Lounge il meglio del denim californiano (BOYISH, RE/DONE, PAIGE, FRAME, L'AGENCE e MOTHER).

Al MUDEC, Museo Delle Culture, è andato in scena Beyond the Norm: una piattaforma interdisciplinare in cui sono stati esposti talenti emergenti e marchi affermati. **(Kidsuper Studios, KNWLS, (Di)Vision, Taakk, Hatton Labs, SweetLimeJuice, Formy Studio, Polite Worldwide, Greight e The Uff Studio)**



Al **WHITE Cube** è andata in scena la prima expo dedicata alla calzatura contemporanea con una forte connotazione di design che per la prima volta entra in comunicazione con il valore unico del cimelio da collezione, patrimonio del Museo Internazionale della Calzatura Pietro Bertolini di Vigevano.

The Saddler, Sebastian Milano, Coliac by Martina Grasselli, Thomas Neuman, Kallisté, Ajoy Sahu, Dubie, Reike Nen, Havva, Katrine Hanna, Gray Matters, Souliers Martinez i top brand selected all'interno di questo esclusivo progetto.

WSM - White Sustainable Milano ha presentato Unveiling the fashion backstage, il docu-evento dalla narrativa multisensoriale realizzato da White in collaborazione con Giusy Bettoni, Fondatrice e CEO di C.L.A.S.S. eco-hub e Marco Poli, CEO di The Style Lift. Protagonisti, gli interpreti dell'industria del dietro le quinte, il cui ruolo è spesso dato per scontato ma è più che fondamentale per il raggiungimento di nuovi standard qualitativi lungo tutto il ciclo di vita del prodotto. La prima esperienza immersiva virtuale all'interno di un'expo internazionale si fa interprete del linguaggio di nuova generazione con **"NSS Meta"**. Il progetto di realtà aumentata creato in collaborazione con NSS Magazine che riflette i mutati bisogni e valori dei consumatori e in cui i designer e le case di moda possono agire su più dimensioni - virtuale e fisica - non solo per adattarsi ai tempi che cambiano, ma per essere parte integrante del cambiamento.

Importante la presenza nomi del mondo della cultura e personalità accreditate dall'universo dell'innovazione sostenibile. Stefano Rosso, Ceo e fondatore D-CAVE e Ceo BVX; Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico Politiche del Lavoro; Omar Schillaci, Vicedirettore Sky TG 24; Massimiliano Finnazer Flory, Drammaturgo, attore e regista; Enrico Pazzali, Presidente di Fondazione Fiera Milano; Gloria Zavatta, Direttore Sostenibilità & Legacy Fondazione Milano Cortina 2026; Kate Lauterbach, Program Manager Google; Simone Marchetti, Vanity Fair European Editor in Chief; Giuseppe Fiorello, attore e regista; Federico Ferrazza, Direttore Wired; Emiliano Audisio, Direttore Progetti Speciali Wired; Andrea Batilla, Giornalista, scrittore e storico della moda; Luca Travaglini, Presidente e Co-Ceo Planet Farms.

Per maggiori informazioni:
Raffaella Imò
Press Office Manager
WHITE
Tel. +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it

WHITE[®] | SIGN OF THE TIMES

with the support of



with the contribution of

