



Fiorucci rinasce a Milano con White

Special guest sarà il marchio che ha fatto la storia del costume

- MILANO -

IL RITORNO del marchio Fiorucci, tanto basta per rendere la prossima edizione di White una meta imperdibile per il fashion addicted. Un evento nell'evento: dal 21 al 24 settembre, White, salone riservato alla moda contemporanea e agli accessori, colorerà di bianco l'intero distretto di via Tortona. Stilisti, designer e artisti di ultima generazione saranno i protagonisti accanto ai nomi più celebri della moda. La fiera, diffusa nel distretto, sarà all'Opificio, al 31 di via Tortona ma saranno molte le loca-

tion e i pop up store che animeranno il quartiere: in tutto White ospita 562 marchi (375 brand italiani, 187 esteri) e molte new entry che avranno spazio per sperimentare le idee e i nuovi linguaggi. Star dell'edizione sarà la storica griffe Fiorucci, che dopo la morte del suo patron Elio nel 2015, è stata rilevata da due stilisti inglesi ed è tornata sul mercato, aprendo un monomarca nel cuore di Londra, a Soho. Il marchio nato a Milano avrà un pop up store in via Tortona nei giorni di settimana della moda, un

tributo quasi dovuto: «Il pregio di Fiorucci è stato quello di saper parlare alla gente, di riuscire ad arrivare alle persone», ha sottolineato il fondatore di White, Massimiliano Bizzi. Fiorucci è stato il primo marchio lifestyle e concept store ad unire la musica, l'arte e la moda in un unico grande brand. «Con la prima

storica apertura dello store Fiorucci siamo orgogliosi di prendere parte al salone White, per riportare il label alle gloriose origini», afferma Janie Schaffer, attuale titolare della griffe. Un progetto speciale sarà dedicato al marchio belga A.F. Vandevorst. Torna inoltre Fila, brand italiano di articoli sportivi cult de-

gli anni '70 e '80, oggi in grande rilancio. L'attenzione quest'anno più che mai è rivolta alla sostenibilità: White quindi ospiterà in via Tortona prodotti realizzati con materie prime naturali. L'iniziativa, patrocinata dal Comune di Milano si inserisce nel progetto «Milano XL» che allarga la moda alla città offrendo ai cittadini «show e installazioni», come ha sottolineato l'assessore alla Moda, Cristina Tajani.

Anna Giorgi

anna.giorgi@ilgiorno.net

AL SALONE

Si potranno acquistare i prodotti cult del marchio oggi di proprietà londinese



MITO Sopra Elio Fiorucci, scomparso nel 2015; a sinistra, due fan del brand che ha reso la moda pop