



White, quando il fashion è "bio"

Bizzi: «Serve un cambiamento radicale verso la sostenibilità»

— MILANO —

TORNA WHITE, dal 22 al 25 febbraio, negli spazi del Tortona District. E torna con un messaggio sempre più forte: la moda deve essere «bio», sostenibile, la moda deve raccontare la filiera da cui proviene. Il consumatore del futuro non sarà più quello che dice «bello, prendo e pago» (possibilmente poco), ma quello che sceglie di indossare solo capi che hanno una tracciabilità, una storia chiara e «sana». Cambia il dna della moda e lo annuncia il salone più innovativo in tema di fashion, la moda sarà sempre meno immagine e molta più sostanza, la moda è ormai una forma di cultura, fa un passo avanti, come lo ha fatto il food che non chiamatelo mai più solo cibo. La «sostanza» tanto amata dalla nuova generazione di creativi influisce tanto sul costo del prodotto

finale, ma questa è la tendenza, questa è la direzione perché il low cost presto non sarà più di moda, il low cost inquina. Questo è il tema principale su cui White ieri ha dibattuto, con la sua vocazione alla sperimentazione, capace di anticipare e cogliere i cambiamenti. «Abbiamo pensato a un progetto innovativo come quello sulla moda sostenibile, che rappresenta anche un'importantissima possibilità per dialogare con le nuove generazioni di consumatori», ha spiegato il fondatore Massimiliano Bizzi.

In occasione della prossima fashion week, White lancia il green project Give a fok-us. «Viviamo in un momento di rivoluzione del sistema moda, dobbiamo correre per riallineare il focus delle nostre attività con le necessità reali di un pianeta esausto, di una società sfruttata e di persone individuali», ha spiegato Matteo Ward, co-founder di Wrad e direttore artistico del progetto Give a fok-us.

I CAMBIAMENTI, quando sono radicali, sono sempre un gioco di squadra, nella squadra ci sono, insieme a White, da sempre l'assessore comunale Cristina Tajani e l'assessore regionale Lara Magoni, che nei giorni scorsi ha già stanziato 10 milioni proprio a sostegno di progetti innovativi, ossigeno nel settore della moda e della sostenibilità.

Anna Giorgi
 anna.giorgi@ilgiorno.net

LE NUOVE GENERAZIONI

Il consumatore del futuro non è più quello che dice: «bello, lo prendo e possibilmente lo pago poco»

I NUMERI

AL TORTONA DISTRICT
 ESPONGONO 514 BRAND
 342 ITALIANI E 172 ESTERI

I SOSTENITORI

NEL GIOCO DI SQUADRA
 CI SONO L'ASSESSORE TAJANI
 E L'ASSESSORE MAGONI



LA COPPIA
L'amministratore delegato Brenda Bellei e il marito Massimiliano Bizzi, fondatore dello spazio White.
Il salone delle nuove proposte torna quest'anno dal 22 al 25 febbraio in zona Tortona

 **IL FUTURO**

Il low cost
Per gli esperti del settore il low cost è destinato a tramontare perché inquina e le nuove generazioni saranno composte da consumatori più attenti a quello che indossano

I progetto nuovo
In occasione della prossima fashion week White lancia il green project Give a fok us per riallineare il focus delle attività con le necessità di un pianeta esausto