



Kermesse

## Svolta sostenibile per White Milano

La manifestazione ha debuttato venerdì 22 presentando «Give a fok-us», progetto incentrato sul green nel tessile in Italia. All'esordio due speciali sezioni dedicate a knitwear e homewear. **Donatella Perrone**

**T**iglio del nastro per White Milano. A girare le chiavi della manifestazione ieri mattina è stato **Alberto Bonisoli**, ministro per i beni e le attività culturali, affiancato dal sindaco di Milano **Giuseppe Sala**, dal vice ministro **Dario Galli**, dagli assessori **Cristina Tajani** e **Lara Magoni**, da **Maria Stella Gelmini** e da **Giorgio Merletti**, presidente di **Confartigianato**. In scena fino al 25 febbraio, il salone ha acceso così i riflettori sugli oltre 21 mila metri quadrati di percorso espositivo che ospitano da ieri le proposte dedicate al women-swear dei 514 brand presenti, di cui 342 italiani e 172 esteri, distribuiti nelle consiate quattro location: Tortona 279 Superstudio Più, Tortona 31/Opificio, Tortona 35/Hotel Nhow e Tortona 54/Ex Ansaldo Base. Tante le novità di questa edizione, a partire dai nuovi format espositivi, declinati in percorsi di prodotto mirati e progettualità innovative, al debutto delle sezioni **Knit Lab**, dedicata ai brand di maglieria più creativi sul mercato, e **Lounge/ Sphere** con cui invece White Milano esplora per la prima volta il fortunato segmento dell'homewear, fino al-

lo special guest, **Strateas Carlucci**, marchio australiano dalla spiccata identità svedese che mixa elementi come sportswear e tailoring. Il vero fiore all'occhiello di questa edizione però è il nuovo progetto «Give a fok-us», realizzato in collaborazione con **Confartigianato** imprese. Si tratta di un hub dedicato all'innovazione sostenibile, che mira a focalizzare l'at-

tenzione sulle realtà rilevanti nel campo della sostenibilità tessile in Italia. «Secondo i dati forniti da **Confartigianato**, una persona su tre considera l'impatto ambien-

te dei prodotti prima di acquistarli. L'80% degli italiani vuole sapere chi ha prodotto i vestiti che acquista, e solo il 22% dice di essere in grado di trovare queste informa-

zioni», ha spiegato **Matteo Ward**, co-founder di **Wrad**, brand lan-

ciato proprio dal salone, e direttore artistico del progetto. «L'Italia è in cima alla classifica europea con il 90% delle persone che chiedono al sistema moda di impegnarsi nella risoluzione delle problematiche riguardanti il cambiamento climatico. Le piccole e medie imprese in Italia sono circa 9 mila, sono loro i reali promotori di questa rivoluzione», ha proseguito. «Tutta la moda ha una chance se non lavoriamo a livello culturale, non solo economico. Il futuro della moda non è a risparmio dei costi. I costi sono importantissimi, ma non

è su questo fronte che si giocherà in futuro», ha aggiunto il ministro Bonisoli. «Dobbiamo dare un valore culturale a quello che produciamo. Uno dei tratti di questa cultura è anche la consapevolezza di cosa significa il prodotto che andiamo ad acquistare». Una svolta sostenibile per la manifestazione quindi, che attraverso le novità in calendario mira a lavorare e crescere insieme ai brand per puntare su una Milano sempre più ricca di proposte e dall'appello internazionale. «Quelli che trattiamo qui sono argomenti che cambieranno il mondo», ha spiegato a **MFF** **Massimiliano Bizzi**, founder di White Milano. «Da mercoledì sono partite le sfilate, e c'è una grandissima affluenza su Milano. Abbiamo appena aperto, fare una previsione è molto difficile, ma i nostri numeri, per la donna, si aggirano intorno ai 25 mila visitatori. Ci piacerebbe crescere per la porzione che riguarda l'estero, in questo momento è il nostro obiettivo. So che in febbraio generalmente si fa più fatica, per essere sostituiti da t-shirt e basket-bero 4 o 5 punti percentuali in più in quella fascia», ha concluso. (ri-produzione riservata)



Sopra, l'ingresso e il taglio del nastro di White Milano

