



White Milano: tutte le novità della prossima edizione

Sempre più un crossover tra moda, design e cultura, White Milano torna alla ribalta dal 19 al 22 settembre in Zona Tortona, anticipando di un giorno rispetto al solito per accogliere sempre più buyer internazionali, già presenti in città da qualche giorno in occasione della fashion week, che dura dal 17 al 23 del mese.

Una piattaforma di riferimento per il womenswear, che catalizza sul capoluogo lombardo circa 600 collezioni di abbigliamento e 27mila visitatori a ogni edizione.

Sono ancora una volta quattro le sedi della manifestazione, su una superficie complessiva di circa 20mila metri quadri espositivi: il Superstudio Più di via Tortona 27, che un tempo ospitava la Nestlé; l'ex Ansaldo/Base in via Tortona 54; il Nhow Hotel al civico 35 e, non ultimo, Tortona 31/Opificio.

Nello storico quartiere milanese irrompe dunque nuovamente la contemporaneità di un evento che, come spiega Brenda Bellei (ceo di White e dell'ente organizzatore M.Seventy), "rappresenta oggi il principale appuntamento italiano della moda femminile, in costante crescita e in una città come Milano, capitale mondiale della distribuzione".

Un salone che, tra l'altro, si avvale di partnership con il Mise, la Regione Lombardia, il Comune di Milano, la Camera Nazionale della Moda Italiana, Camera Buyer Italia (CBI) e Confartigianato Imprese.

Vasta ed eclettica l'offerta, ma c'è spazio anche per l'approfondimento su temi attuali, a partire dalla sostenibilità nell'area Give a FOKus, che dopo il debutto a febbraio e il focus sull'acqua durante WSM di giugno si sposta nella location di Tortona 31.

Ideato in partnership con Confartigianato Imprese, sotto la direzione artistica di Matteo Ward, Give a FOKus si articola in cinque zone: Water per analizzare l'impatto della filiera della moda sull'acqua, Chemicals per sensibilizzare sull'uso delle tinture naturali e sulle certificazioni di conformità con gli standard sostenibili, Climate Change che solleva il problema dell'uso di combustibili fossili per realizzare le fibre sintetiche, Waste dedicata al riciclo e People, ossia il capitale umano delle aziende, prezioso ma non sempre trattato in modo adeguato a livello personale ed economico e non solo nei Paesi lontani, dove la delocalizzazione è più massiccia. In questo spazio si svolge la conferenza inaugurale di White Milano, moderata dal nostro direttore Marc Sondermann.

Sempre in Tortona 31 si trova White Archiproducts : un progetto ideato con CBI, in cui i brand di tendenza indicati da Camera Buyer vengono contestualizzati in vetrine su strada.

Da segnalare poi in veste di special guest il brand Munè, che fa capo allo stilista giapponese Munenori Uemuro, già disegnatore del womenswear di Jil Sander, mentre l'illustratrice e art director Lucia Emanuela Curzi, conosciuta come Lù, è artefice di un'installazione d'impatto (nella foto, un suo disegno).

Last but not least, Showroom Connection : un format ideato da White per collegare all'interno della fiera le aziende con le showroom, potenziato dall'iniziativa #Shareable in collaborazione con Condé Nast.

a.b.