



► 6 settembre 2019

Manifestazioni

WHITE AMPLIA DEL 4% I SUOI BRAND

Il salone apre il 19 settembre nella nuova location di Tortona 31 e scommette sull'innovazione green

Sarà un'edizione di **White Milano** ampliata e ricca di progetti speciali quella che andrà in scena dal 19 al 22 settembre. Il salone internazionale supportato da **Mise** e **Ice-Agenzia**, dedicato alle proposte contemporary e al continuo lavoro di scouting per presentare ai buyer le tendenze più attuali in ambito womenswear, si sposterà per l'edizione autunnale nella nuova location da 23mila metri quadri dell'hub di Tortona 31, guadagnando così il 4,5% di superficie espositiva in più rispetto allo scorso anno per le aziende partecipanti, che dall'ultima edizione risultano in aumento del 4%. Organizzato in partnership con **Confartigianato imprese**, questo appuntamento sarà caratterizzato dall'elevato numero di designer presenti, tra cui il giapponese **Munenori Uemuro** il cui brand **Muné**, fondato nel 2018 e specializzato nella camiceria con tessuti **Albini**, è stato eletto Special guest, ma anche dallo Special designer anch'esso giapponese **nana-nana**, a cui è connessa l'installazione itinerante «Akira art wall project», e dallo Special project **Boysh**, marchio californiano orientato al futuro e dalla produzione sostenibile. «La fase di trasformazione del nostro settore non rappresenta un momento facile per le piccole e medie imprese, ma la strategia di White è quella di dare dei segnali concreti di sintonia con i cambiamenti in atto, come per esempio la nostra perseveranza sulla sostenibilità», ha spiegato il founder **Massimiliano Bizzi**. «Le iniziative del salone hanno l'obiettivo, oltre a essere un momento di business, di fare cultura della moda». Tornerà poi on stage sotto la direzione artistica di **Matteo Ward** l'appuntamento con «Give a fok-us», l'hub green di White che sarà suddiviso in cinque aree tematiche per analizzare il rapporto tra la moda e le problematiche produttive sostenibili. La collaborazione con **Camera buyer Italia** sarà inoltre rinnovata tramite il progetto «Contemporary windows», che vedrà la partecipazione di 12 top buyer italiani, l'esposizione di alcuni outfit di brand selezionati e installazioni multimediali per raccontare il mondo degli store. (riproduzione riservata) **Federica Camurati**



Munenori Uemuro