



# White spinge sull'innovazione e dà spazio ai giovani talenti

**Fiere/2**

Salone contemporary

**Marta Casadei**

corredi delle nonne utilizzati da Martina Boero, fondatrice di Cavia, per creare la collezione «Daily Meal» di abbigliamento upcycling ed eco-friendly, che celebra l'importanza dalla conservazione in una chiave innovativa e sostenibile, quella del riuso. Ma anche le sottili corde colorate, annodate a mano, che personalizzano le creazioni di Yid'phrogma, che infonde la moda con la cultura e il folklore tibetano.

Sono la ricerca estrema e la valorizzazione di piccoli marchi italiani e internazionali i pilastri su cui si fonda la proposta di White. Il salone della moda contemporary, fondato da Massimiliano Bizzi e Brenda Bellei nei primi anni duemila proprio dopo aver individuato una "nicchia" di mercato in pieno sviluppo, torna dal giovedì 19 a domenica 22 settembre al Tortona Fashion District con il patrocinio del Comune di Milano, il supporto del Maeci e di Ice e con la partnership di Confartigianato Imprese. In vetrina ci saranno 300 aziende tra italiane e internazionali. «Milano è straordinaria nel design - ha detto Massimiliano Bizzi, fondatore di White - mentre ha ancora molto da fare nella moda. Bisogna creare alleanze, avere il coraggio di innovare e non di dire che il momento difficile passerà. Il nostro ruolo è quello di creare opportunità».

Il focus, dunque, è sulla ricerca e sull'innovazione: di linguaggio e di prodotto. Così alle creazioni che attingono a tradizioni antiche come

quelle sopra citate si affiancano le creazioni di PROTOTYPE: AM, brand berlinese di prêt-à-porter di alta gamma che, partendo dall'aspetto tecnico dei capispalla, sfida i codici tradizionali dell'abbigliamento da ufficio per definirne di nuovi, liberi dalle convenzioni. «Da un po' di tempo a questa parte, i grandi nomi della moda stanno vivendo una situazione di stallo. In

parte dovuto ai numerosi scambi ai vertici creativi, in parte ai mutamenti che il mercato del settore moda sta affrontando - spiega Simona Severini, general manager di White -. La tendenza delle grandi realtà è quella di affidarsi sempre più ai propri archivi creando nuove collezioni con più cautela mentre le aziende contemporary grazie alla loro struttura più snella riescono a cogliere meglio questi cambiamenti. Essendo realtà svincolate dalle tendenze passeggere e dalla produzione eccessiva, i brand che selezioniamo sono in grado di affrontare anche un mercato come quello della situazione attuale senza venir meno alla qualità della loro produzione e senza ridurre la creatività».

In linea con la volontà di promuovere i creativi emergenti, per la prima volta White ospita anche una collaborazione con Istituto Marangoni: la prima edizione di "I'm talent showroom" punta a mettere in contatto cinque alumni di Marangoni con i top buyer del settore. I designer che presenteranno le loro collezioni a White sono: Unhidden, della designer Victoria Jenkins, Sandra Mansour, Pronounce, co-fondato da Jun





Zhou, Marco Vinci e Ascend Beyond, marchio di Emanuele Abbondanza.

A White, che da qualche anno ha avviato il progetto White Expo con l'intento di portare in Italia marchi esteri da mercati cosiddetti minori, e accelerare nell'internazionalizzazione, avranno spazio anche i talenti emergenti di altre nazionalità: i coreani Liberadd e Man.g presentati da Kfashion82, piattaforma coreana di vendita B2b gestita dal department store Shinsegae, e i sudamericani vincitori dei Latin American Fashion Awards sono tra questi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Cavia.** La collezione Daily Meal

