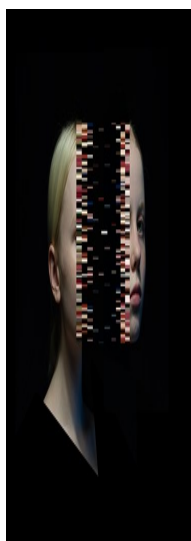


White torna dal 24 febbraio con «Facing the new»



White torna a Milano da venerdì 24 febbraio a lunedì 27 con il format «Facing the new». Un'edizione sempre più internazionale con aree speciali e brand inediti che fortificano il percorso narrativo della manifestazione, fatto di internazionalizzazione, tradizione e Made In Italy. Tra i partner di questa edizione, assieme al **Comune di Milano** anche **Ice**. «Scopo del supporto dell'agenzia Ice è mettere in contatto le realtà commerciali dei Paesi esteri con le aziende italiane, avvicinando alla moda italiana anche buyer di Paesi lontani ed emergenti, la cui offerta di opportunità di affari è spesso poco conosciuta dalle imprese nazionali», ha dichiarato **Milena Del Grosso**, dirigente dell'Ufficio beni di consumo dell'agenzia. L'iniziativa è stata altresì supportata da Confartigianato. «La collaborazione tra Confartigianato e **White** rappresenta un'importante occasione per valorizzare l'Italia dell'eccellenza artigiana sui mercati internazionali», ha sottolineato **Moreno Vignolini**, presidente di **Confartigianato moda**. «La moda è un punto di forza del made in Italy. Confartigianato è al loro fianco per accompagnarle nel futuro, puntando sulla sostenibilità come fattore distintivo e per affermare il valore artigiano dei prodotti, mix di tradizione, design, ricerca e innovazione», ha aggiunto.

«**White** è per Milano un appuntamento importante, vetrina internazionale per il mondo della moda, capace di valorizzare l'eccellenza del Made in Italy e anticipare trend, con una forte attenzione alla sostenibilità e alla qualità del prodotto», ha spiegato l'assessora allo sviluppo economico e politiche del lavoro moda e design comune di Milano **Alessia Cappello**.

«La collaborazione tra **White** e il Comune di Milano dimostra che quando pubblico e privato sanno lavorare insieme si possono raggiungere risultati importanti. Noi siamo e saremo sempre al fianco di iniziative che promuovono, come **White**, un settore che con più di 11mila imprese e quasi 100mila occupati, rappresenta un valore importante per la nostra città, non solo in termini di occupazione e benessere, ma anche di prestigio».

Grazie al patrocinio del Ministero della cultura torna il progetto Expo **White** che prosegue il suo percorso con una selezione di cinque brand dalla Norvegia. All'Ex Ansaldo di Tortona 54, andrà in scena «From design to production», con una

selezione di designer da Armenia e Moldova.



Un look Dreaming Eli (courtesy White)

«Questa edizione di White è stata pensata per offrire una risposta ancora più decisa a buyer e aziende che sanno di trovare nel salone un brand mix all'insegna dell'internazionalità e dell'innovazione», ha commentato **Massimiliano Bizzi**, presidente e fondatore di White. «White rappresenta, fin dalle sue origini, un vero e proprio catalizzatore di tendenze che ha il dono di riconoscere i talenti creativi che contribuiscono all'evoluzione del costume e del mercato. Ed è a questo aspetto del format che intendiamo rimanere fedeli. Parlo anche a nome del nostro socio fondatore **Simona Severini** che è rientrata a capo del team fashion research, promotion and development, riportando il salone al suo concept originale, grazie a una selezione che punta sulla qualità e la non omologazione». Nell'ottica della promozione di designer emergenti provenienti da tutto il mondo e visto anche il successo delle precedenti edizioni, è stato confermato il progetto Secret rooms.



Un look Romeo Hunt (courtesy White)

Tra questi, **Dreaming Eli**, **Studio Pansters**, **Romeo Hunt** e **Olubiyi Thomas**.

È da un approccio libero dai confini che trae ispirazione il tema della campagna dell'edizione di febbraio White 2023 dal titolo «Facing The new». Le immagini sono state realizzate dal fotografo e artista iraniano **Arash Radpour** che ha scelto come tema la mappa del genoma completata dai ricercatori pochi mesi fa, in cui sono registrati gli elementi che rendono unico ogni essere umano. Una chiave di lettura che apre la strada all'approfondimento e alla valorizzazione della diversità etnica, laddove le numerose identità culturali acquistano significato e si evolvono attraverso la loro interazione e condivisione, contribuendo a creare una nuova coscienza della moda ibrida. Così quattro volti rappresentanti di una nuova società globale, sono i capitoli di una campagna crossmediale che accompagnerà il pubblico di White. (riproduzione riservata)

