



Con White , Milano diventa il melting-pot della moda

Publicato il

31 gen 2023

Dalle atmosfere glamour di Los Angeles alla moda degli indigeni canadesi: Milano si trasforma nel melting-pot della moda con white " title=" **White** "> **White** . Il salone meneghino prosegue nella strada della contaminazione e guadagna posizioni nel fashion di ricerca con un'edizione in arrivo che ne conferma la vocazione internazionale: dal 24 al 27 febbraio, nelle location di Superstudio e Ansaldo, saranno infatti presenti oltre 300 brand, di cui la metà dall'estero e in crescita del 13% rispetto all'appuntamento precedente.

La campagna di White realizzata da Arash Radpour

"Puntiamo sulla qualità senza rincorrere i numeri pre-covid", sottolinea Massimiliano **Bizzi**, founder di White , in occasione della conferenza di presentazione della kermesse. "La pandemia ha trasformato l'industria e i buyer hanno sempre meno tempo per venire ai saloni. Dobbiamo offrire loro qualità e un brand mix intelligente. Siamo il salone delle novità: ciò che oggi è medio-piccolo un giorno potrà diventare grande". "A Parigi", prosegue **Bizzi**, "sono rimaste 2/3 manifestazioni di riferimento, dalle 17 dell'era pre-covid, e di livello basso. Per noi è una grande opportunità di crescita".

La conferenza stampa si è aperta con un messaggio della senatrice Lucia Borgonzoni, sottosegretario di stato alla cultura, assente per impegni istituzionali. "White è un vanto italiano, un evento unico nello scenario della moda. Ha saputo interpretare un futuro avviato alla sostenibilità. È la sede ideale per la promozione nello scenario globale di prodotti basati su bellezza e qualità, frutto della sinergia tra grandi aziende e realtà artigianali".

"La visione di White aggiunge alle fashion week un'attenzione maggiore ai temi della sostenibilità", le fa eco Alessia Cappello, assessore allo sviluppo economico e politiche del lavoro moda e design comune di Milano. "A febbraio avremo un momento dedicato all'economia circolare, con un focus sulle culture diverse dalla nostra che ci permettono di arricchirci come Paese. Con white sperimentiamo nuovi modi di comunicare la moda".

Un'edizione che segnerà il ritorno di visitatori asiatici, in primis cinesi dopo l'abbondanza della strategia zero covid da parte del governo centrale. "La Cina sarà aperta a ricevere visite e permetterà a quantità importanti di turisti e visitatori cinesi di uscire dal Paese". Un boccata d'ossigeno per le piccole realtà del made in italy, sprovviste di un network locale, mentre i top brand avevo persino incrementato gli scambi con la Cina che ha un'incidenza del 30-50% sul loro export". I cinesi amano le tre Fff (Fashion, Food e Forniture) che sono le declinazioni del nostro stile di vita. L'economia globale crescendo e andrà ancora meglio. Siamo in un momento magico nel 2023 per l'Italia", conclude Boselli.

Una look della canadese Lesley Hampton

La contaminazione come leva per assicurare una dimensione sempre più internazionale al salone. È la ricetta di Simona Severini, socio fondatore, rientrata a capo del team Fashion Research, Promotion and Development di White . "Dobbiamo dare voce ad altre aree geografie per offrire una vetrina globale con forme stilistiche anche distanti dal modo italiano di fare moda. La contaminazione è bella e doverosa", sottolinea Severini.



n Research, Promotion and Development di **White**. “Dobbiamo dare voce ad altre aree geografie per offrire una vetrina globale con forme stilistiche anche distanti dal modo italiano di fare moda. La contaminazione è bella e doverosa”, sottolinea Severini.

Torna, così, il progetto 'Secret Room' dedicato “ai giovani talenti che propongono una moda non convenzionale, che suscita emozione e novità”, aggiunge Severini. Tra i brand coinvolti nell'iniziativa, l'italiana london-based Dreaming Ely, il designer olandese di origini indiane di Studio Pansters, ma anche Romeo Hunt e Olubiyi Thomas in collaborazione con la fashion minority alliance. “Hunt ha già vestito celebrities come Beyoncé, Hamilton o Michelle Obama, con una moda forte e pratica. È la prima volta che un artista di questo spessore si affaccia in Europa; Thomas, invece, designer di origini nigeriane formatosi alla Saint Martins e cresciuto in Scozia, ha mosso i primi passi con Alexandre McQueen. La sua moda post coloniale è estrema avanguardia realizzata con tessuti ancestrali”, prosegue Severini.

Il salone ha confermato la partnership con Norwegian Fashion Hub che porterà in fiera 5 creativi norvegesi sotto il capello di Expo **white**. Al debutto, invece, la nuova collaborazione con il Canada capitanata da Sage Paul, mentore della Ifa (Indigenous fashion Art), con 6 designer che presenteranno al **White** i rispettivi total-look. “Li abbiamo visitati a giugno durante il loro festival Inuit. Si tratta di comunità native canadesi che esprimono la loro cultura e la loro arte nei vestiti”, conclude Severini. Dalla West Coast arrivano infine al salone diverse realtà creative, tra cui il progetto Los Angelese Vintage.

Romeo Hunt

Un percorso multiculturale che ha ispirato il tema della campagna dell'edizione di febbraio di **White**. Con il titolo 'Facing The New', il fotografo e artista iraniano Arash Radpour valorizza la diversità etnica attraverso la mappa del genoma completata dai ricercatori pochi mesi fa, in cui sono registrati gli elementi che rendono unico ogni essere umano.

Durante il salone verrà infine presentato il nuovo progetto di Camera Buyer che vede **White** protagonista nel ruolo di partner di ricerca. Lo svela in chiusura Beppe Angiolini, presidente onorario dell'associazione che riunisce i top multibrand italiani. “Abbiamo lanciato la prima piattaforma al mondo dove i negozi sono co-proprietari con circa 100 associati e a cui tutto il mondo wholesale guarda con interesse”, spiega Angiolini, che osserva “una grande voglia da parte dei consumatori di tornare nei negozi per cercare cose nuove. Le vendite retail a livello globale sono in flessione, ma abbiamo registrato un bell'incremento mercato interno tra settembre-dicembre”, conclude Angiolini.

Copyright © 2023 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.

