



## **White torna ai numeri pre Covid e lancia il "dopo salone" Village**

**White** "> **White** scalda i motori della sua prossima edizione - che si terrà dal 22 al 25 settembre, come di consueto in piena Fashion Week donna di Milano - presentando alla stampa i numeri e le novità di questa stagione. Un'edizione che oltre a confermare il respiro sempre più internazionale del salone (circa il 50% degli espositori proviene dall'estero), segna il ritorno ai numeri pre-pandemia - con oltre 360 brand dislocati negli spazi di via Tortona 27, 54, 58 e Museo del Mudec - e circa 20.000 operatori del settore attesi.

La conferenza stampa di presentazione della prossima edizione di **White** - ph: Laura Galbiati

“Come fondatore di **White**, per me questa è un'edizione speciale. Il periodo del Covid è stato molto duro ed è stato difficile pensare a come ripartire. I numeri di oggi ci consentono di dire che ci siamo riusciti, abbiamo saputo ripensare il modo di fare salone e ritornare ai livelli di prima della pandemia. Sono molto fiero che il gruppo **White**, lavorando sodo, abbia saputo ripartire”, ha commentato aprendo la conferenza stampa **Massimiliano Bizzi** "> **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director di **White**. “Abbiamo il 20% di aziende in più rispetto all'edizione di febbraio, con un brand mix attentamente selezionato. Abbiamo cercato di tornare al nostro dna, che forse negli anni avevamo perso, creando al contempo un evento moderno, attraverso iniziative particolari”.

Una delle principali novità di questa stagione, infatti, è quella che **Bizzi** definisce un “dopo salone”, con un chiaro riferimento al Fuorisalone del design: “Da questa edizione **White** non chiuderà più alle 18.30, ma molto più tardi, perché alla sera apriremo i nostri spazi al grande pubblico, attraverso una serie di eventi pensati per far divertire e al contempo informare sul livello di innovazione sostenibile delle aziende del tessile. **White** Village vuole essere divertimento e cultura”.

Tra i protagonisti del palinsesto del Village, la storica azienda tessile Albin, che venerdì 22 dalle 18.30 sarà protagonista a SuperStudio dell'evento “Regenerative Future”, che avrà come focus il grande lavoro di ricerca del gruppo bergamasco e in particolare il suo Regenerative Biofusion, il primo cotone biologico, tracciabile e rigenerativo, che sarà esposto presso il **White** Garden.

“La moda si sta rigenerando, i consumatori cambiano. **White** Village è un modo per coinvolgerli e informarli, in maniera credibile. Parleremo di intelligenza artificiale, che secondo noi trasformerà il settore e potrebbe aiutarci a colmare il gap che abbiamo, ad esempio, con i grandi gruppi esteri”, ha commentato durante la conferenza Fabio Tamburini, CEO dell'azienda bergamasca. “Come Albin Group, ci impegniamo ogni giorno in questo ambito e siamo da sempre disposti a ricercare e dare vita a nuove possibilità, progetti e processi che ci permettano di ‘rigenerare’ il mondo della moda. Dalle materie prime al processo produttivo, vogliamo che i consumatori siano a conoscenza della spinta pionieristica che ci contraddistingue e che con le loro scelte diventino parte attiva di questa trasformazione”.

A confermare la vocazione internazionale del salone, tornerà il progetto Expo **White**, che nell'ambito dell'iniziativa Saudi 100 Brands (il programma della Fashion Commission che promuove cento fashion designer dell'Arabia Saudita), vedrà protagonisti al Padiglione Visconti una quarantina di brand, tra stilisti consolidati e designer emergenti.



Negli spazi della Daylight sveleranno invece le loro collezioni 10 creativi provenienti dall'Armenia, mentre la Fashion Firm SA presenterà 10 designer sudafricani. Infine, durante il salone sarà presente anche una selezione di 10 designer spagnoli, grazie alla collaborazione attiva dal 2017 con ICEX España Exportación e Inversiones.

Riconfermata anche l'iniziativa Secret Rooms: cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le nuove collezioni. I designer confermati sono stati selezionati dal team di **WHITE** "seguendo delle caratteristiche precise che favoriscono la creatività indipendente e il forte impatto estetico e concettuale". I nomi: Alberto Ciaschini (dall'Italia), Risa Nakamura (dall'Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (dal Regno Unito, di origini italo-americane), Studio Pansters (dall'Olanda) e Toton (dall'Indonesia).

La prossima edizione di **White** è accompagnata dalla campagna "The Instinct Factor", affidata all'obiettivo del fotografo e artista Arash Radpour. "È una comunicazione incentrata sul concetto di istinto, di impulso naturale, che oggi a volte è un po' appesantito dalla razionalità. L'istinto per la moda è fondamentale, è ciò che guida gli acquisti. Nella campagna si esprime l'unione tra l'essere umano e qualcosa di fantastico, la nostra parte che non conosciamo più, e il concetto di riconnessione con la natura, con la nostra parte più selvaggia e istintiva", conclude **Bizzi**.

Copyright © 2023 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.

