



Fashion Week, il calendario: da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di White

Milano Fashion Week, dal 19 al 25 settembre . Un'edizione con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di Ice-Agenzia e del Comune di Milano. Il presidente di Ice, Matteo Zoppas , ha parlato di Made in Italy come «simbolo globale di bello e ben fatto» (con un segno nell'export +7,4% per la moda) e Alessia Cappello, assessora al Lavoro e sviluppo economico, ha ricordato come «la moda fa parte del DNA di Milano e genera un significativo impatto economico». Ben 67 sfilate, di cui 2 doppie, 72 presentazioni, 4 presentazioni su appuntamento e 33 eventi, per un totale di 176 appuntamenti. Per la prima volta sfileranno Avavav, Chiara Boni La Petite Robe, Karoline Vitto supported by Dolce&Gabbana , Rave Review, The Attico e Tom Ford, il brand dell'omonimo stilista rilevato da Estee Lauder. Prima volta anche per le collaborazioni tra Max&Co con Sofia Sanchez De Betak Chufy «Souvenirs of Life», Weekend Max Mara con Arthur Arbesser, Marina Rinaldi con Mary Katrantzou. Debutti e ritorni: sulle passerelle si rivedrà Aigner. Riflettori puntati su Sabato De Sarno, alla direzione creativa di Gucci, su Peter Hawking da Tom Ford e Simone Bellotti da Bally.

Sarà la Fashion Week degli anniversari: i 70 anni di Fratelli Rossetti , i 40 anni di Moschino e i 10 anni di Genny sotto la direzione creativa di Sara Cavazza Facchini. Tra gli eventi il 20 settembre il lancio della Collezione Moncler x Pharrell Williams, mentre il 19 ci sarà il Breast Cancer Fashion Show per sensibilizzazione sul tema del cancro al seno. Sempre il 19 torna a Palazzo Marino il Chi è Chi Awards, giunto alla 23ª edizione: attesa per la mostra di Max Vadukul alle Gallerie d'Italia «Through her eyes - Timeless Strength » con ritratti di Ludmilla Vornkina Bozzetti. Milano è sullo sfondo anche della campagna, scattata da Tassili Calatroni, con lo styling di Enrica La Monaca e realizzata tra Piazza Cordusio, Palazzo Broggi e Starbucks.

Nell'era dell'intelligenza artificiale, il White rilancia il valore dell'istinto . La campagna dell'artista Arash Radvour che accompagnerà dal 22 al 25 l'esposizione dedicata ai marchi emergenti è ispirata «a quello che ci dice la pancia», come ha spiegato Massimiliano Bizzi, l'ideatore di White che tra pochi giorni accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion. Insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore: gli spazi diffusi nell'area del Tortona Fashion District si popoleranno di 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della primavera-estate 2024. «Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del Made in Italy» ha commentato Barbara Mazzali, Assessore a Turismo e Grandi Eventi di Regione Lombardia.

Tra le novità di questa edizione il White Village, un «Fuori salone» che ospiterà conferenze, panel, workshop che sveleranno il dietro le quinte della moda, con attività di intrattenimento aperte al pubblico e non solo agli operatori del settore. «Come amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di White con l'obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero», ha detto Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Moda e Design del Comune di Milano che patrocina l'evento con Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE e Confartigianato Imprese. White punta così a riconfermarsi come una piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze, mantenendo l'equilibrio tra Italia ed estero. E dopo il successo delle passate stagioni tornano anche le Secret Rooms: 5 stanze nelle quali altrettanti talenti



internazionali di nuova generazione mostreranno le collezioni. I designer sono stati selezionati dal team di **White** guidato dal General Manager Simona Severini: protagonisti Alberto Ciaschini (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (UK, di origine italo-americana), Studio Pansters (dall'Olanda) e TOTON (Indonesia).

Contenuto sponsorizzato

