

White Milano: 50 collezioni per il format sostenibile. Bizzi: «A settembre riprende il flusso di addetti ai lavori»

[fashionmagazine.it/market/tr-l-novi-d-giugn-milan-love-ital-whit-milan-5-collezion-pe-i-forma-sostenibile-bizz-a-settembr-riprend-i-fluss-d-addett-a-lavor-107669](https://www.fashionmagazine.it/market/tr-l-novi-d-giugn-milan-love-ital-whit-milan-5-collezion-pe-i-forma-sostenibile-bizz-a-settembr-riprend-i-fluss-d-addett-a-lavor-107669)

fashion MAGAZINE .it



Durante la prossima fashion week dedicata all'uomo (19-21 giugno) torna in scena **WSM Fashion Reboot**, il format di White sull'innovazione sostenibile, che per questa edizione sperimenta una nuova modalità, 70% digitale e 30% fisica.

Il programma della manifestazione prevede più 50 collezioni (molte gender fluid), oltre a workshop e talk, e numerosi contenuti e approfondimenti digitali sul sito di **Wsm-White**.

Per il illustrare il calendario di White, per quanto riguarda le collezioni di giugno, e per dare qualche anticipazione su settembre è stata organizzato un incontro stampa a cui hanno preso parte Massimiliano Bizzi, fondatore di White e l'assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività Produttive e Commercio, Moda e Design **Cristina Tajani**.

«Siamo fiduciosi che per **Milano Moda Donna** di settembre riprenderà il flusso di addetti ai lavori, grazie ai diversi eventi “fisici” già programmati e alla voglia di tornare in presenza, complice la campagna vaccinale - spiega Massimiliano Bizzi -. Si prevede che a





settembre anche l'estero riprenderà a viaggiare e non rinuncerà all'appuntamento di Milano».

«Oggi – prosegue - è davvero obbligatorio fare networking, dando logica alla città per collegare gli attori della fashion week. Noi lo proponiamo da anni con il progetto *Showroom Connection*, che mette in collegamento la fiera con le showroom, ma oggi i tempi sono maturi e grazie alla tecnologia si può fare anche un passo ulteriore, per rendere fruibile la ricerca delle showroom, razionalizzando il tempo e gli appuntamenti dei buyer. Questo è un progetto su cui stiamo lavorando anche per mettere a frutto la forza degli operatori e riportare a Milano gli oltre 26.000 addetti ai lavori che visitavano il salone pre-Covid».

In attesa della grande manifestazione di settembre, White non perde di vista il format di giugno dedicato a una serie di aziende e marchi che rappresentano la nuova frontiera dell'artigianalità moderna, in cui sono importanti le tecniche di produzione e il fatto a mano, rivisitato con nuove tecnologie o con un approccio più moderno al prodotto e all'immagine, senza tralasciare l'aspetto della sostenibilità.

Il progetto proposto da White è realizzato grazie al supporto di **Maeci** e **Ice-Agenzia, Comune di Milano** e alla partnership con **Confartigianato Imprese**. Direttore artistico di WSM è **Matteo Ward**, che insieme al team di White, ha sviluppato il concept strategico di questa edizione e ha curato l'immagine e la selezione dei brand.

«Le piccole imprese, da sempre, fanno grande la moda italiana nel mondo e anche nelle nuove edizioni di White i nostri imprenditori sono pronti a testimoniare l'eccellenza della loro produzione - ha sottolineato **Marco Granelli**, presidente di Confartigianato -. Il progetto che Confartigianato porta a White, grazie al sostegno di Maeci e Ice Agenzia, ha un obiettivo preciso e concreto: rilanciare la capacità manifatturiera made in Italy all'insegna della sostenibilità, della sperimentazione e dell'innovazione tecnologica, ma garantendone il 'valore artigiano', il fattore distintivo di creatività, estro su misura, personalizzazione che rende le nostre creazioni uniche e inimitabili sui mercati internazionali».

Importante novità dell'edizione di WSM-giugno 2021 è il progetto **Milano Loves Italy for WSM**, che coinvolge la città con un percorso tra importanti store multibrand milanesi, che presentano e promuovono una serie di designer sostenibili. Una scelta nel segno dell'inclusione del territorio che punta a dare visibilità alla ricerca e identità stilistica dei diversi retailer.

L'hub principale di WSM sarà la location **Fondazione Sozzani Tazzoli Milano**, in via Enrico Tazzoli 3, in cui dal 19 al 21 giugno sarà presentato *Sustainable Evolution*, progetto in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, che insieme a





White supporta le nuove generazioni di creativi. White non solo attiverà una donazione al **Camera Moda Fashion Trust**, ma promuoverà anche un evento dedicato negli spazi di Fondazione Sozzani Tazzoli Milano con 10 designer italiani e internazionali.

I designer potranno presentare le loro collezioni a buyer, addetti ai lavori e pubblico finale. La selezione dei marchi vuole sottolineare le diverse visioni e messaggi di consapevolezza portati avanti da questa nuova generazione di creativi. Partner del progetto è **Cbi-The Best Shops**, che promuoverà i brand selezionati al suo network.

Tra digital e fisico, in questa edizione di WSM-White Sustainable Milano resta forte il focus dei brand sulla scelta di materiali a ridotto impatto ambientale e su processi responsabili ed innovativi per le loro collezioni, come per **Par.Co Denim**, innovativa start-up dedicata al mondo del denim responsabile.

Continua la collaborazione con **Cittadellarte Fondazione Pistoletto**, che cura da più di dieci anni una forte community di giovani designer responsabili come **Tiziano Gardini, FlaviaLaRocca, Silvia Giovanardi, Bav Tailor, Tee Share, Agogic, Blue of a Kind, Yekaterina Ivankova** e ancora **Gilberto Calzolari**, la start-up **ArtKnit** e **Roberto di Stefano**, new entry del gruppo che sviluppa un brand di accessori vegan e cruelty free.

Il calendario di talk e workshop prevede una serie di appuntamenti dedicati a rafforzare i temi affrontati dai designer in questa edizione, con un focus particolare sul tema dell'economia circolare, sull'up-cycling e sul valore delle filiere tracciabili e responsabili.

