

MILAN FASHION WEEK

SUPER E WHITE

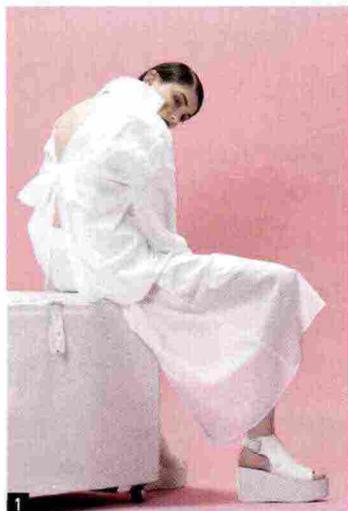
UNA POLTRONA PER DUE

Un progetto «più veloce e più tagliente» per Super, il cui new deal comincia con la nuova sede presso The Mall, e il superamento dei 500 espositori per White, hub del contemporary in zona Tortona.

DI ALESSANDRA BIGOTTA

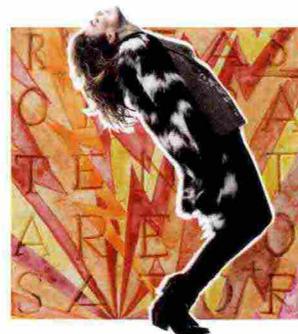
Super exhibition begins a new chapter, starting from the location at The Mall (Porta Nuova). White in the Tortona district is the hub of more than 500 exhibitors, in the name of contemporary style.

Mentre Mipap annulla l'edizione di settembre per lanciare con Mifur il salone TheOneMilano (vedi box), a presidiare il panorama fieristico del womenswear nella città della Madonnina restano Super e White. Entrambi previsti dal 24 al 26 settembre, si collocano in due zone nevralgiche: il primo, che in precedenza si svolgeva a CityLife, si trasferisce in Porta Nuova, mentre il secondo conferma le sedi di via Tortona 27, 35 e 54. «Super è al centro di un deciso cambio di marcia - informa Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti Immagine, unico ente organizzatore della manifestazione, dopo l'uscita di scena di Fiera Milano -. Il progetto originario acquista più velocità e un profilo più tagliente, rivolgendosi alla fascia più sofisticata del retail». All'interno di The Mall in piazza Lina Bo Bardi («Una location trovata grazie alla collaborazione con Camera Moda») salgono alla ribalta su 4.200 metri quadri oltre 140 brand, quasi fifty-fifty tra abbigliamento e accessori, di cui il 47% esteri. Un progetto speciale, «New countries to watch», curato da Sara Maino, dà visibilità ai new talent da Filip-



1. Bianco totale per Balossa, brand presente a White 2. Il mondo sognante e ironico di Dyvoo, marchio ucraino che espone a Super

pine, Messico, Thailandia, Cipro ed Emirati, mentre a «More dash: eye in the East» il focus è sui giovani stilisti dell'Est Europa. «Sono solo due delle tante novità di un programma ricco e articolato» precisa Poletto. In zona Tortona, Massimiliano Bizzi e il suo team scaldano i motori in vista di White. La kermesse, patrocinata dal Comune di Milano, supera i 500 espositori, frutto di uno scouting ad ampio raggio. Tra le iniziative spiccano un padiglione su 15 designer cinesi, compreso lo special guest di questa edizione Jinnnn, e collettive dalla Georgia e dal Belgio. Da non perdere, al primo piano del Superstudio Più, «Only new brand», una sezione inedita destinata a rinnovarsi di edizione in edizione, che presenta oltre 20 marchi, mentre cresce il progetto «White East» sul contemporary internazionale. Ma è alta l'attenzione anche sulle realtà made in Italy, soprattutto quelle del Sud, al centro di «It's time to South», in sinergia con l'Ice. Da segnalare poi il Premio Ramponi: alla terza edizione, consente al vincitore di esporre la propria collezione in Tortona 35. Sono solo alcuni degli highlight del salone, che guarda già avanti: dalla collaborazione con Ice scaturirà nel tardo autunno una serie di trasferite, che porteranno White alle fashion week di Dubai, Shanghai e Seoul a ottobre, per approdare in novembre a Berlino, con un evento all'ambasciata italiana. ■



THEONEMILANO LA NUOVA SFIDA DI MIPAP E MIFUR

The new fair TheOneMilano will be launched in Milan from 24 to 27 February 2017, born from the synergy between Mipap and Mifur.

Mipap (moda donna) e Mifur (abbigliamento in pelle e pellicceria) uniscono le forze e lanciano TheOneMilano, contenitore di collezioni «pop, pregiate e contemporanee», al via dal 24 al 27 febbraio 2017 presso Fieramilanocity con la partecipazione prevista di 300 aziende. Preceduto da una campagna d'impatto, realizzata dai giovani Gautier Pellegrin (fotografo) e Daniele Milvio (artista), TheOneMilano conia l'espressione «haut-à-porter» per descrivere il target di riferimento, ispirandosi a quattro parole chiave: heritage, modernità, creatività e artigianalità. (a.b.)