

Overview

Un esercito di 900 marchi invade Milano per i Saloni

A corollario delle sfilate tre appuntamenti cult con White e i suoi 511 marchi su 20 mila metri quadrati, Super e le sue 143 realtà nella cornice di The mall, oltre a TheOneMilano che a Fieramilanocity scenderà in campo con 244 aziende. **Barbara Rodeschini**

Mancano due giorni e Milano sarà capitale del womenswear. Ed è evidente che questa stagione sia la prova generale in vista di settembre 2017 quando tutti gli attori del sistema moda si sono impegnati per fare sistema portando a coincidere le date di tutti i principali saloni fashion (vedere altro articolo a pagina II). On stage da sabato **White, Super** e il neonato **TheOneMilano** per fare luce sulle novità di moda e accessori per l'autunno-inverno 2017/18. Pensati per rispondere in modo efficace alla fame di novità dei buyer dei multibrand, department e specialty stores, i tre appuntamenti sfoderano un'offerta record che raggiunge le 900 collezioni e definisce una nuova geografia fashion in città: al **Tortona fashion district** con White è affidato il compito di raccontare la moda contemporary; a Porta Nuova la ricerca e lo scouting di nuovi talenti con Super e negli spazi di **FieraMilanocity**, **TheOneMilano** accende i riflettori sulla pellicceria e l'abbigliamento.

Fervono i preparativi in vista della nuova edizione di **White Milano** schedata dal 25 al 27 febbraio nel **Tortona fashion district**. Organizzato da **M.Seventy**, il salone della moda contemporary focalizza l'attenzione sul womenswear portando in scena 511 marchi (erano 500 a febbraio 2016) di cui 145 player internazionali e 189 new entry che si raccontano in un percor-

so espositivo di 20 mila metri quadrati (+11%) suddiviso nelle tre consuete location di via Tortona 27, 35 e 54. E se la parola d'ordine del fashion system italiano oggi è sinergia, ecco che grazie alla partnership con **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, lo special guest di White, il designer georgiano **Irakli Rusadze** con la sua label **Situationist**, sfilerà nell'ambito del calendario ufficiale venerdì 24 febbraio all'interno della Sala delle Cavallerizze del **Museo della scienza e della tecnologia** di via Olona. E se l'attenzione all'avanguardia internazionale è ribadita, tra le altre, anche nelle sezioni dedicate alla Cina con **Whiteast** e al Belgio con l'area **showroom [Les belges]** in collaborazione con l'agenzia governativa **Wallonie-Bruxelles design mode**. White non perde di vista la progettualità made in Italy con il progetto **It's time to contemporary artisan**, che unisce il salone e Confartigianato sotto l'egida di **Miac-Moda italiana artigiani contemporary**, che questa stagione si sviluppa attraverso le tre location di via Tortona.

Ricerca in primo piano per la nuova edizione di **Super**. Il salone di **Pitti immagine** dedicato ad accessori e prêt-à-porter donna va on stage negli spazi del **The mall** in Porta Nuova Varesine. Protagonisti 143 marchi, di cui oltre un terzo nuovi e perfettamente bilanciati tra Italia ed estero, accessori e abbigliamento, che saranno ospitati in un

perimetro espositivo di 4.200 metri quadrati allestiti secondo il progetto firmato dall'architetto **Andrea Caputo**. Strutturato per rispondere alle esigenze dei buyer più esigenti italiani e stranieri, Super fa dello scouting e della selezione il suo codice distintivo, «L'edizione di settembre di Super ha segnato un nuovo corso del salone», ha spiegato **Raffaello Napoleone**, amministratore delegato di Pitti immagine. «Abbiamo scelto la nuova location The Mall, grazie a un accordo di collaborazione strategica tra Pitti immagine e **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, abbiamo dato vita a un layout espositivo completamente reinterpretato, e soprattutto abbiamo riformulato la proposta di brand del salone, dal numero degli espositori. Questo per focalizzarci su una selezione moda innovativa, dedicata ai buyer internazionali più esigenti, con una proiezione sul fashion del futuro». E proprio grazie a questa visione che Super si è ritagliato un ruolo d'eccezione nello scouting con le aree speciali **Super Talents-New Countries to watch**, **More Dash: Eye on the East** e l'anteprima di **JO! by Creative Jordan**, un progetto nato col sostegno di Comunità europea e **Unido**, che svela la prima collezione creata da un gruppo di giovani designer giordane. Non solo, tra le novità di questa edizione va segnalato il progetto **Super digital** dedicato alle start

up digitali del fashion e al progetto di styling social firmato da **Louis Philippe de Gagoue**.

Prima edizione per la kermesse frutto della sinergia tra **Mifur** e **Mipap**. In calendario dal 24 al 27 febbraio negli spazi di **Fieramilanocity**, il salone esordisce con 244 aziende di cui 141 italiane e 103 straniere, suddivise attraverso cinque percorsi espositivi. In primis **B.Box**, con un focus sul prêt-à-porter contemporaneo, pellicce boutique e work bag. Poi **Sprint**, specializzato nel segmento sporty e ancora **Crossover**, dedicato al formale e alla maglieria. E ancora **Glam. Ave** per tutto ciò che è luxury e cerimonia e infine **Elements** con prodotti e servizi per il business del settore. Non solo, il salone vara anche un palinsesto di eventi collaterali la cui punta di diamante è la sfilata **Italian Fur fashion night**, organizzata con l'**Aip-Associazione italiana della pellicceria**, che si terrà venerdì 24 alle 21, su invito, presso la Fashion Hall di via Burigozzo 6. «Puntiamo sulla sinergia», ha spiegato **Norberto Albertalli**, presidente **TheOneMilano**, «per moltiplicare le opportunità e dimostrare di saper fare sistema perché Milano sia una destinazione irrinunciabile per buyer e stampa internazionale. **TheOneMilano** colloquia con le altre fiere, con gli show room e con **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana** perché questo sia possibile e che la città si distingua per un'offerta prismatica e strutturata». (riproduzione riservata)

White a tutto scouting tiene a battesimo Situationist

TheOneMilano al debutto sfodera la Fur fashion night

Super punta su nuove avanguardie e universo digitale