

# GRAN FINALE MILANO RISCOFRE LA MODA UOMO

Si conclude la fashion week con la sfilata di Giorgio Armani  
All'Ansaldo-Base di via Tortona il festival della «Street culture»  
White Street Market reinterpreta lo sportswear per i Millennials

di **Giusi Ferrè**

**C**i sono stati i workshop e le lezioni di yoga. C'è stata l'arte di beneficenza e ci sono stati i *talk*, i *brunch* di strada e la musica. Una ventina di appuntamenti che hanno trasformato la *fashion-week* Uomo di Milano, che si conclude oggi con la sfilata di Giorgio Armani, in una specie di Fuorisalone della moda. Come spiega Massimiliano Bizzi, fondatore di White, la manifestazione dedicata all'abbigliamento di tendenza e all'innovazione, «è un format bellissimo, con uno speciale senso della contemporaneità che mi ha suggerito come cambiare e coinvolgere persone diverse alle quali non offrire soltanto collezioni».

Ha debuttato così all'ex Ansaldo-Base di via Tortona, *White Street Market*, *The new festival of fashion and street culture in Milan*, rivolto alle aziende del mondo *streetwear* e *sportswear* che intendono avviare una relazione diretta con i propri clienti. Se il Salone, patrocinato dal Comune di Milano, era rivolto esclusivamente ai *buyer*, con questa nuova iniziativa si apre in parte anche al pubblico, strizzando l'occhio ai *millennials*. «Sono stati tre giorni, dal 16 al 18 giugno, ricchi di appuntamenti che abbiamo sostenuto e lanciato anche attraverso la pubblicità nelle stazioni della metropolitana. Per l'economia di Milano rappresentano il simbolo stesso della sua immagine per la loro capacità di coniugare ricerca, cultura, innovazione e gusto – dice Cristina Tajani, assessore alla Moda, Design e Attività produttive –. Con White avevamo subito condiviso un punto di vista: ripensare i giorni del *menswear* per valorizzare il legame stretto con la città e con chi la vive. La prontezza e la velocità di reazione di White ci hanno permesso di avviare subito un cambiamento straordinario, allestendo 12.200 metri quadri di superficie soprattutto all'ex Ansaldo, affidato in gestione ma di proprietà del Comune e per la prima volta occupato anche durante il mese di giugno».

Per organizzare questo lungo weekend d'eccezione, rispondendo a una forte esigenza del mercato moda che ha sempre necessità di contenuti editoriali per alimentare i *social media*, Massimiliano Bizzi si è rivolto a due interlocutori sofisticati, specialisti di quello che è diventato un settore dalla decisa connotazione culturale: Paolo Ruffato di Probeat agency e Walter D'Aprile, cofondatore e amministratore delegato di Nss factory. Si avvera, dunque, quell'intuizione di Elio Fiorucci – la merce è una narrazione – che tanto ha influenzato chi collaborava con lui.

«Questo universo estetico – dice Bizzi –, che nasce dalla strada e alla strada ritorna come polo di aggregazione per gruppi accumulati dalle stesse passioni è un fenomeno in movimento che proviamo a intercettare attraverso progetti e marchi che lo esprimono. Temi come subculture e sostenibilità ci hanno permesso di attirare l'attenzione anche di grandi aziende ormai lontanissime dai *trade show* come Adidas Originals e Patagonia». Da sempre in prima fila per la salvaguardia dell'ambiente il *brand* ha presentato con la campagna Blue Heart, un *talk* e una raccolta di firme per proteggere la regione balcanica da oltre 3 mila progetti idroelettrici al momento proposti e fermare il disastro ambientale. Come spiega Bizzi, «si rafforza così l'impegno del *fashion system* nazionale su queste tematiche guida lanciate dalla Camera della Moda con i Green Carpet 2017». Se il numero delle sfilate co-ed (uomo e donna insieme) ha diminuito quello degli show esclusivamente maschili, *White Street Market* ridà energia alla città superando i formalismi elitari ormai cancellati dall'uso dei *social media*. È un'autentica espressione culturale, che chiude la settimana cominciata il 12 giugno a Firenze con Pitti Uomo, che di questa commistione tra generi è stato il profeta.

Il fascino maschile attraverso le nuove proposte iniziate a Firenze con Pitti

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Creatività**

Giorgio Armani, oggi chiude la fashion week

**Interpretazioni**

L'originalità delle soluzioni cromatiche proposte da Exkite per questo impermeabile



**White**

L'ideatore, Massimiliano Bizzi

