



Milano non è solo fashion week: le fiere di settore da non perdere

Dal 22 al 25 febbraio il capoluogo lombardo ospita White, The One e Super

■ Milano fashion week, dal 19 al 25 febbraio, non significa solo sfilate ma anche manifestazioni fieristiche di settore tra le più importanti al mondo. A Fieramilanocity dal 22 al 25 febbraio trova spazio la quinta edizione di The One Milano, il salone dell'haut-à-porter femminile, il prêt-à-porter d'alta gamma. L'evento rinnova il concetto di fiera e propone un format moderno che unisce in un solo luogo informazione e business, permettendo a buyer e aziende di incontrarsi e dare il via a relazioni commerciali su misura.

Qui convergono know how ed esperienza di Mipap (Milano prêt-à-porter, la prima delle fiere moda di Milano, nata nel 1980) e di Mifur (il salone nato nel 1996 leader nei moda per pelle e pellicce).

Durante la manifestazione si possono scoprire e acquistare collezioni per ogni segmento moda - class lady, trend, casual, curvy, experimental - e per ogni tipo di prodotto: capispalla, ready to wear, maglieria, beachwear e accessori.

È arrivato all'edizione numero 13 Super, il salone prêt-à-porter e accessori donna di Pitti Immagine (dal 22 al 25 febbraio al Padiglione Visconti di via Tortona). Dopo gli ottimi risultati dell'ultima edizione (5.900 buyer registrati, in crescita del 25%), Super torna ad accendere i riflettori sulle collezioni di 106 brand inter-

nazionali (50% nuovi e il 43% proveniente dall'estero) che presentano le collezioni per il prossimo autunno/inverno.

«Sarà un nuovo Super sempre più focalizzato sul mercato e sulle sue esigenze concrete», spiega **Agostino Poletto**, direttore generale di Pitti Immagine, «l'obiettivo è quello di presentare ogni sei mesi un contenitore che superi il concetto di fiera, che offra al suo pubblico un'esperienza di prodotto e un'indicazione di trend precisa, e molto mirata per tipologia merceologica, considerata anche la sua tempistica in calendario. Il tutto in un'atmosfera sofisticata, con gli effetti optical e mirroring del nuovo layout progettato dallo studio di architettura al femminile Archivio personale».

Per finire, non può mancare l'appuntamento con White Milano (22-25 febbraio), la vetrina internazionale della moda contemporary, ma anche il riferimento culturale per una generazione di stilisti, designer e artisti. La manifestazione lancia il progetto verde *Give a fork-us* per focalizzare l'attenzione su sostenibilità, innovazione ed economia circolare. «White ha nel suo Dna la vocazione alla sperimentazione, capace di anticipare e cogliere i cambiamenti del fashion system», commenta **Massimiliano Bizzi**, il fondatore,

«per questo abbiamo pensato a un progetto innovativo come quello sulla moda soste-

nibile, che rappresenta anche un'importantissima possibilità per dialogare con le nuove generazioni di consumatori, sempre più attente alla tracciabilità del prodotto moda».

Grande attenzione alla sostenibilità, quindi focus sulla ricerca e sullo scouting internazionale con un brand mix sempre più mirato, capace di rinnovare l'offerta dei negozi a parlare alle nuove generazioni

di consumatori: questi gli asset dell'evento, patrocinato dal Comune di Milano. Esporranno le loro creazioni 514 brand, di cui 342 italiani, nelle quattro location di Tortona 27 Superstudio più, Tortona 31 ufficio, Tortona 35 hotel Nhow e Tortona 54 ex Ansaldo Base. Proprio per soddisfare le esigenze di un pubblico di addetti ai lavori, insider e trend searcher a perenne caccia di novità.

P. Bui.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SUCCESSO Durante White espongono le loro collezioni 514 brand