

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ULTIMI ARTICOLI](#)



ECLISS HOME & DECOR
PRESENTA CHRISTMAS FAIRY
IN THE CITY

BUONGIORNO

lifestyle magazine *online*

LA "SETTIMANA BIANCA" MAI
VISTA? IN SARDEGNA!



ATTUALITÀ MODA BELLEZZA TURISMO ENOGASTRONOMIA **CASA & DESIGN** VIVERSANI CULTURA SPETTACOLI TECNOLOGIE SHOPPING

IL SALONE WHITE A MILANO DAL 13 AL 15 GENNAIO 2018

EVENTI & FIERE

13 DIC, 2017

CERCA ARTICOLO

Cerca





WHITE, il principale salone italiano moda donna e leader internazionale per la ricerca, patrocinato dal Comune di Milano e in partnership con Confartigianato Imprese, sarà on stage nel Tortona Fashion District dal 13 al 15 gennaio 2018 presentando una serie di importanti sviluppi nella strategia del salone. Il punto di partenza è la selezione e l'internazionalità delle proposte: 217 marchi, di cui 157 pre-collection donna – ormai segmento di riferimento per il trade show di gennaio e giugno – suddivise fra le sezioni ONLY WOMAN e MAN & WOMAN, di cui il 40% è made in Italy e il 60% proviene dall'estero. Per primo WHITE ha creduto nella formula pionieristica di presentare insieme le collezioni uomo e donna, proprio come sta accadendo di recente sulle passerelle internazionali. Il salone è inoltre l'unica manifestazione italiana che ha creduto nel fenomeno delle pre-collezioni donna, lanciando una sezione ONLY WOMAN con un layout dedicato, in cui sono selezionate preview di questo segmento sempre più importante anche nella moda contemporary.

Special Guest della manifestazione è DILIBORIO, mentre il designer cinese Miao Ran sarà protagonista di uno Special Event, con un'area dedicata al suo marchio Miaoran.

WHITE, salone innovatore sin dagli esordi, presenta con un teaser event il 14 gennaio 2018, un'importante novità nel mondo sportswear&streetwear, un segmento che ha da sempre caratterizzato il Dna di WHITE. Basti pensare a marchi di ricerca come GGDS e KTZ, che oggi sono realtà importanti. E ancora, nelle edizioni precedenti sono state numerose le sperimentazioni di successo, come la sezione Backdoor & La Ferramenta @ WHITE – che ha portato nel cuore di via Tortona l'essenza dello streetwear più evoluto – e la WOKROOM con una miscela di designer d'avanguardia provenienti da tutto il mondo; e il progetto WOW – WHITE ON WEB con Highsnobiety; oggi, il nuovo sviluppo nel segmento sportswear è l'importante collaborazione con Tomorrow Showroom. Il teaser di gennaio preannuncia la



C-Clique

PAGINE SOCIAL



ARTICOLI PIÙ LETTI



ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona mese

nascita – all'interno della cornice industriale dell'Ex Ansaldo – Tortona 54 – di WHITE STREET MARKET, la prima sezione B&C – business and consumer, che vedrà, con l'edizione di giugno 2018, insieme per la prima volta i buyer provenienti da tutto il mondo per la Milano Fashion Week e il pubblico finale. WHITE porta a Milano un format di successo già in parte sperimentato in altre città e ancora assente in Italia, ma seguendo un percorso d'innovazione, anche attraverso i new digital media. In work in progress un accordo con uno dei player più importanti dell'ecommerce.

Lo speciale format è stato sviluppato da WHITE insieme a due tra i più qualificati interlocutori del settore streetwear: Paolo Ruffato fondatore di Probeat Agency (promotore e project leader del progetto) – una delle agenzie di riferimento nel mondo street&fashion. E Walter D'Aprile, fondatore di nss magazine e nss factory, digital media agency specializzata nel mondo top street sport & fashion. D'Aprile seguirà l'art direction dell'evento, oltre ad essere membro del comitato di selezione dei brand. Il teaser event del 14 gennaio sarà caratterizzato da una performance musicale curata da Club To Club – la music & entertainment authority che produce ogni anno il festival italiano più importante di musica elettronica a Torino. Club to Club ricopre il ruolo di music art direction e sound landscape design di questa sezione. WHITE STREET MARKET riunisce insieme le autorità della street culture e prevede mostre, concerti, workshop, attività di engagement del pubblico, soprattutto dal punto di vista culturale.



Consistence

«WHITE ha nel suo Dna l'innovazione fin dagli esordi. È un progetto nato grazie ad un'idea rivoluzionaria nel settore fieristico. Sono sempre consapevole che rimane innovativa la sua formula di presentazione delle collezioni uomo e donna insieme, durante le edizioni di gennaio e giugno. Oggi, nello stesso modo, sento l'esigenza di sperimentare un nuovo format dedicato allo sportswear&streetwear, con l'apertura al pubblico che potrà avere un potenziale enorme sul mondo e-commerce», dichiara Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE.

Proprio nel segno dello sportswear, il salone lancia il secondo appuntamento con l'Athleisure – dopo lo step di giugno 2017 – e rafforza la collaborazione con la showroom londinese Tomorrow. Il format, Ahead – Athleisure for the future

@WHITE – curato da Alfredo Canducci Pais Ferreira, Executive Director of Strategy and Development, Tomorrow London Limited, è cresciuto sia sotto il profilo qualitativo che quantitativo e presenterà marchi del calibro di, No Ka'Oi, Monreal London, C-Clique, Sapopa per il womenswear; White Mountaineering, Geym e Kappa x P.A.M x A Four Labs per il menswear, che animeranno un'installazione multimediale con le loro collezioni, assieme ad altri ancora. Sottolinea Canducci: «La bellezza dello sport è nell'imperfezione. Tutto succede grazie al superamento dei propri limiti, spesso non vi è certezza nei risultati ma il percorso è ricco di sfide e dedizione. Ispirati dai giochi olimpici celebriamo con Ahead lo spirito di competizione, di sopravvivenza e perseveranza del mondo dello sport, che entra sempre più nel nostro vivere quotidiano».

Sempre nell'ambito dell'interazione tra la manifestazione e le showroom, torna sotto i riflettori il progetto Showroom Connection@WHITE, lanciato anch'esso a giugno 2017. A questa edizione saranno sia designer label come Lucio Vanotti, M140, YOJ by Laura Strambi, sia aziende come Alberto Guardiani, l'm Isola Marras by Efisio Marras, Barracuda, Smarteez e Paper Lace ad avvalersi di questa opportunità marketing oriented, che ha l'obiettivo di creare una rete di collaborazione tra il salone, le showroom e i brand stessi, tramite una strategia commerciale e di comunicazione dedicata per accrescere il flusso dei buyer alle showroom milanesi.

Nel solco della sintonia sempre più completa tra la manifestazione e le showroom di rilievo del fashion system, WHITE porta al salone alcune tra le più interessanti realtà internazionali, come Vald Agency, che schiera Henrik Vibskov, Beira, House of the Very Island's, Anntian e EATABLE; Six London, con , Nicole Saldaña, Toga Pulla; 3rd Eye Showroom, da cui provengono Fou, Alexandra Moura, LaLa Love; da Berlino arriva The Abyss Studio, con Last Heirs, Used Future; Wemaisnone. Inoltre, nell'ambito del format Friends of WHITE si riconferma la presenza di Baltimora Studio e delle sue label cutting edge.



Kopka

L'area MAN & WOMAN è uno dei punti fermi del salone di gennaio, grazie al concept espositivo che permette di proporre, insieme, sia le collezioni maschili sia le anticipazioni del womenswear. Tra i nomi da non perdere a questa edizione sono: Thom Krom che, con il suo monocromatismo, riesce sempre a coniugare un'idea di bellezza individuale; così come l'estetica sartoriale di Sabàto Russo e del suo Sartorial Monk che mette in scena la sua estetica e lineare all'interno di una Special Area. Tra gli altri highlight di questa sezione ci sono realtà come True NYC, l'estrema versatilità dal taglio urbano degli accessori di Stighlorgan; il simbolismo romantico e ribelle di Amxander, del duo artistico Jason Alexander Pang e Chen Rong. A cui si affiancano le differenti identità estetiche di marchi come Sein Clln, Riceman, Fujito e Consistence che, con la loro presenza, rafforzano il carattere internazionale del trade show. Tra gli italiani non si può non nominare Alpha Studio. In più qui trova il suo habitat naturale anche l'impulso creativo di Efsio Marras con l'M Isola Marras.

Altro asset imprescindibile è la sezione ONLY WOMAN, ideata per dare risalto alle pre-collezioni donna, dove trovano spazio sia punte di ricerca internazionale come AALTO, la label finlandese ideata da Tuomas Merikoski, sia grandi aziende come Semicouture, brand high level, che torna a WHITE. Accanto a questi nomi, questa sezione fa sfoggio anche di marchi come Pellico, 2ndday, Besfxxk, Alumnae e Quantum Courage. Sempre nell'ONLY WOMAN spiccano anche i capi spalla dal sapore artigianale di Shenography.



Semicouture

Si rinnova anche il consueto appuntamento con il Premio Ramponi, giunto ormai all'ottava edizione. Il contest – ideato e voluto da Alfredo Ramponi, titolare dell'omonima azienda made in Italy e leader nella produzione di strass e borchie in ABS per abbigliamento e accessori – premia la creatività di Azzurra Gronchi, giovane designer toscana di borse e scarpe.

Tra le novità di gennaio si segnalano il debutto di due nuove aree tematiche: WHITE BIJOUX e la sezione KNITWEAR, dedicate all'hand made di ricerca. WHITE BIJOUX, vetrina sugli accessori moda, fino a ieri appannaggio di WHITE MILANO, trova ora un nuovo spazio in cui esprimersi. Ad animare questa sezione saranno presenze consolidate nel panorama dei gioielli d'autore come Bjorg, Quite Quiet, 0.88

e Sophie D'Agon. La sezione KNITWEAR, segmento che mostra una crescita e una richiesta sempre più importante da parte dei buyer, presenta 10 realtà tra marchi di ricerca e aziende consolidate nel settore, come Nanna Van Blaaderen e Avril 8790. Tra i debutti, il marchio Avril8790 presenta la sua prima capsule di abbigliamento 100% maglieria. Cardigans, kimonos e coats oversize in cashmere e cashmere-seta si ricoprono di jacquard psichedelici, dal forte impatto cromatico e dal tocco ultra soft.

Figlia di Mely's, Magliera, Avril 8790 affonda le sue radici in una storia di eccellenza produttiva del knitwear con oltre 60 anni di esperienza. E ancora Flòsophie by Mirco Giovannini, con 16 capi unici per la straordinarietà della ricercatezza, rafforzata dall'eccellenza storica dell'artigianalità più sapiente del made in Italy, fino ad aziende come Roberto Collina e Brand Unique.

Non mancano i focus sul mondo del beauty e del lifestyle con realtà come Teatro Fragranze Uniche, Parco 1923, Depot The Male Tools&Co. e altri ancora, che a WHITE offrono uno spaccato sulle ultime novità di questo segmento sempre più importante nell'offerta degli store.

Altro atout del salone è WHITE GLASSES. Gli occhiali più all'avanguardia dell'eyewear internazionale sono presenti alla manifestazione, con marchi del calibro di //Delirious, Spektre Sunglasses, Paquerettes Paris. La loro presenza testimonia la volontà di WHITE di andare incontro alle esigenze dei top buyer, offrendo loro lo spettro più ampio di proposte, pensato per le selezioni del prossimo autunno-inverno 2018/19.

Conclude Brenda Bellei, Ceo di M.Seventy, ente organizzatore dei saloni: «WHITE è costantemente in evoluzione e ama la sperimentazione. Ogni novità, ogni espressione di WHITE sono frutto di un'attenta analisi della situazione geopolitica e merceologica, a cominciare dalla città di Milano e proseguendo, poi, con i palcoscenici di Shanghai, Tokyo, Londra (solo per citare quelli del 2017) dove portiamo road show ed eventi ideati per fare conoscere worldwide la nostra WHITE Experience. Tutto questo è possibile grazie anche alla consolidata partnership con Confartigianato Imprese e in collaborazione con ICE-Agenzia».



SIVU

13-14-15 gennaio 2018 – WHITE MAN & WOMAN

via Tortona 27 – Superstudio Più

14 gennaio 2018 – Teaser Event – WHITE STREET MARKET

via Tortona 54 – Ex Ansaldo

CONDIVIDI:



TAGS ATHLEISURE DILIBORIO MAN & WOMAN MIAO RAN MNSWEAR ONLY WOMAN PRE-COLLEZIONI

PREVIEW DONNA SHOWROOM SPORTSWEAR&STREETWEAR WHITE WHITE MAN & WOMAN

REDAZIONE