

Home / Fiere / Sono 217 i...

Share



Sono 217 i marchi presenti a White

Scritto da **Isabella Naef** | Mercoledì, 13 Dicembre 2017

White, la cui prossima edizione è in agenda a Milano, dal 13 al 15 gennaio, apre ai consumatori, ma solo per i marchi sportswear. Questa novità che, si concretizzerà nell'edizione di giugno, è stata battezzata White street market, ed è ufficialmente la prima sezione business and consumer, che vedrà, a giugno 2018, insieme per la prima volta i buyer provenienti da tutto il mondo per la Milano fashion week e il pubblico finale all'interno della cornice industriale dell'Ex Ansaldo, in via Tortona 54.

White si svolgerà dal 13 al 15 gennaio 2018

"Per quest'area pensiamo a grandi marchi dello sportswear, da Adidas a Nike, tanto per fare qualche nome, ma al momento non c'è nulla di definito", ha spiegato a FashionUnited, Massimiliano Bizzi, fondatore di White.

Da giugno 2018 White aprirà anche al pubblico. In futuro anche l'edizione di Shanghai potrebbe aprire degli spazi ai clienti finali

L'ingresso al pubblico sarà gratuito previa registrazione, "altrimenti ci sarà un biglietto di ingresso", ha aggiunto Bizzi, sottolineando che questo coinvolgimento del cliente finale potrebbe essere esteso anche all'edizione di Shanghai di White Milano.

Tornando all'edizione in agenda dal 13 al 15 gennaio, come è stato

(annuncio pubblicitario)



Ci sarà un crollo finanziario nel 2017?

Se hai un portafoglio di investimenti di almeno 350.000€, scarica *Prospettive sul Mercato Azionario*, la guida redatta dalla società di Ken Fisher, famoso gestore finanziario.

Scopri di più

FISHER INVESTMENTS ITALIA

NOTIZIE CORRELATE

White Milano in scena dal 22 al 25 settembre con 532 marchi

White dura un giorno in più e sceglie Ssheena come special guest

White Man & Woman torna a Milano dal 17 al 19 giugno

White Man e Woman punta sull'internazionalità

Mario Boselli entra nel cda di White

raccontato ieri mattina in una conferenza stampa a Milano, la kermesse punta sulla qualità nell'equilibrio tra aziende consolidate e designer label, continuando a sviluppare la strategia di connessione con le showroom milanesi, a cui si aggiunge una forte presenza di showroom internazionali e le preview donna insieme al menswear. In totale sono 217 i marchi di cui 157 precollezioni donna suddivise fra le sezioni Only Woman e Man and Woman.

Al via anche la seconda edizione del progetto Athleisure, con Tomorrow Showroom.

Special guest del salone sarà Diliborio, mentre il designer cinese Miao Ran sarà protagonista di uno special event.

Il salone, patrocinato dal Comune di Milano e in partnership con Confartigianato Imprese, si svolgerà, come di consueto, presso il Tortona fashion district.

Dati alla mano il 40 per cento dei marchi è made in Italy, mentre il 60 per cento proviene dall'estero.

L'ospite speciale, come anticipato, è Diliborio. Siciliano di nascita, toscano d'adozione, Liborio Capizzi è stato il più stretto collaboratore di Gianfranco Ferré. In ogni collezione del designer convivono anime apparentemente contrastanti, tradizione contro avanguardia; etnicità e contemporaneità; suggestioni d'epoca e punk rock.

Tutt'altra sensibilità estetica per Miao Ran, talentuoso stilista cinese distribuito già in store come Penelope, Biffi, Club 21. Già noto per il suo approccio genderless, Miao Ran ha fondato il brand eponimo nel 2014, dopo esperienze di studio al Politecnico di Milano e alla Naba, una formazione nel reparto stile di Missoni e dopo aver raccolto consensi nel mondo dell'arte e del teatro.

Miao Ran focalizza la sua creatività sulla multi-funzionalità della moda, dando nuovi significati a tagli e forme. Un mix di stili e ispirazioni decisamente insolito, perché coniuga le ispirazioni orientali alla sartorialità classica del made in Italy.

Foto: Syiu, l'edizione cinese di White, credit White press office

MASSIMILIANO BIZZI

ALTRE STORIE

White apre ai consumatori da giugno 2018

Furla apre un flagship store a Pechino

Il cappotto Teddy Bear di Max Mara premiato a Pechino

Nuovo canale b2c per Dixie

Gucci: la Cruise 2019 sfilata ad Arles

(annuncio pubblicitario)



ULTIMI LAVORI

PIÙ LETTO

Birkenstock interrompe i rapporti commerciali con Amazon

Luisa Spagnoli: nuova strategia digitale che guarda a Russia e Cina

Il marchio Diane Von Fürstenberg in cerca di acquirenti

Gucci: la Cruise 2019 sfilata ad Arles

Bikkembergs e La Compagnia delle Pelli siglano accordo di licenza