

HOME CHI SIAMO CONTATTI ULTIMI ARTICOLI



SALDI A MONDOVICINO
OUTLET VILLAGE

BUONGIORNO

lifestyle magazine **online**

WIZZ AIR: RECORD PER
NUMERO DI PASSEGGERI NEL
2017. ESPANSIONE PER IL
2018



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

CHIUDE NEL SEGNO DELLA QUALITÀ WHITE MAN & WOMAN

EVENTI & FIERE

15 GEN, 2018



Si è chiusa con successo l'edizione di gennaio di WHITE MAN & WOMAN, on stage dal 13 al 15 /01, a Milano nel Tortona Fashion District. I numeri confermano la crescita estera del salone, focalizzato sulla qualità delle proposte e dei buyer, con un incremento dei buyer esteri (+ 3%), mentre il mercato italiano registra una leggera flessione rispetto a gennaio scorso. I paesi più importanti per WHITE MAN & WOMAN sono nell'ordine Giappone, Corea, Gran Bretagna, Germania e Francia. Da oltre oceano si sono registrate importanti presenze dal Canada e dagli Stati Uniti.

«La scelta strategica di riposizionare il salone in vista del progetto WHITE STREET MARKET, che porterà alla nuova destinazione d'uso dell'ex Ansaldo, ha premiato WHITE per la qualità dei buyer e gli apprezzamenti sulle collezioni. – commenta Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE – I numeri rimangono pressoché quelli di gennaio scorso, con un leggero calo dell'Italia. L'estero, invece tiene, sia per qualità dei retailer intervenuti, sia numericamente. Siamo da tempo al lavoro e saldamente ottimisti con i nuovi progetti di giugno».

La formula del salone, patrocinato dal Comune di Milano e in partnership con Confartigianato Imprese, si

CERCA ARTICOLO



PAGINE SOCIAL



ARTICOLI PIÙ LETTI



è focalizzata sulle pre-collezioni donna presenti in fiera; sul collegamento con le showroom milanesi, grazie al progetto Showroom Connection; sull'incoming dei buyer e sull'alto profilo dei progetti espositivi, come Ahead, in collaborazione con Tomorrow London Limited. In più, il teaser event di WHITE STREET MARKET ha, di fatto, aperto un nuovo scenario sull'Ex Ansaldo – BASE che, a giugno 2018, diventerà la prima fiera B&C di sportswear & streetwear e che vedrà insieme, per la prima volta, i buyer provenienti da tutto il mondo per la Milan Fashion Week e il pubblico finale.

L'atmosfera propositiva ha focalizzato l'attenzione degli intervenuti sui numerosi format in scena a Superstudio Più. Come conferma il successo della formula Showroom Connection@WHITE che ha visto partecipare designer del calibro di Lucio Vanotti, l'M Isola Marras by Efisio Marras, YOJ by Laura Strambi, Cinzia Araia, Nuwoola e brand di rilievo come Alberto Guardiani, Barracuda, Smarteez, Paperlace London, Space Style Concept.

Altro progetto sotto i riflettori è il rinnovato appuntamento con l'athleisure, lo sportswear del futuro, con Ahead, – format curato da Alfredo Canducci Pais Ferreira, Executive Director of Strategy and Development, Tomorrow London Limited – cresciuto sotto il profilo qualitativo e numerico, che ha visto brand come C-Clique, Sapopa per il womenswear White Mountaineering, Geym, KAPPA x AFL x SHAUNA.T/P.A.M e KAPPA x AFL x POSH ISOLATION.

Il dialogo con le showroom internazionali ha portato a WHITE realtà come Vald Agency, che ha schierato Henrik Vibskov, Beira, House of the Very Island's, Anntian e EATABLE; Six London, con Dorateymur, Nicole Saldaña, Toga Pulla; 3rd Eye Showroom, da cui provengono Fou, Alexandra Moura, LaLa Love; da Berlino è arrivato The Abyss Studios, con Last Heirs, Used Future; Wemaisnone. Inoltre, nell'ambito del format Friends of WHITE, si è riconfermata la presenza di Baltimora Studio e delle sue label cutting edge.

Gli special guest di gennaio, Miaoran con il fashion show alla WHITE LOUNGE e diLIBORIO con la sua special performance, hanno riconfermato il ruolo di WHITE come talent scouter e hub per la sperimentazione stilistica.

Al cuore del salone, l'area MAN & WOMAN ha visto protagonisti marchi di qua e di là dei confini nazionali come, Thom Krom, Sartorial Monk, Stighlorgan, Consistence, Rold Skov e Riceman, a riprova che lo scouting di WHITE tocca tutte le latitudini.

L'ONLY WOMAN ha presentato designer come Tuomas Merikoski e il suo AALTO, oltre a marchi come 2ndday, Besfxk, Alumnae, LaSeine&Moi, Pellico e Quantum Courage.

Due nuove aree tematiche hanno debuttato con successo al salone: il Focus on KNITWEAR e WHITE BIJOUX. Se la prima ha messo in risalto l'hand made made in Italy – con le espressioni artigianali di Avril 8790, ZINCO, Cancellato, Flo' Sophie e altri ancora – i Bijoux hanno brillato nel segno di label come: di Bjorg, Quite Quiet, Icdal, Sophie d'Agon, Sheida Farrokhi, Simona Randazzo, Ossi di Seppia, 0.88, Atelier Makarios selezionati da Filippo Ronchi e Jurgita Rubikaite di Birik Butik.



ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona mese ▼