

Questo sito utilizza i cookie di profilazione e di terze parti per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito ne accetti il suo utilizzo.

MIN NEW YORK

VOODOO CH.01
scent stories Vol.3/Ch.01
eau de parfum
MIN.com

MODA

MOTORI

MODA

BELLEZZA

STILE E DESIGN

AERONAUTICA

FOOD & TASTE

CALCIO E SPORT



MARTEDÌ, 16 GENNAIO 2018

WHITE MAN & WOMAN: QUALITÀ' DELLE PROPOSTE E INCREMENTO DEI BUYER

di Cristiana Schieppati



Si è chiusa nel segno della qualità l'edizione di gennaio di WHITE MAN & WOMAN, on stage dal 13 AL 15 /01, 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 essione 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 formula del salone, patrocinato dal Comune di Milano e in partnership con Confartigianato Imprese, si è focalizzata sulle pre-collezioni donna

presenti in era; sul collegamento con le showroom milanesi, grazie al progetto Showroom Connection; sull'incoming dei buyer e sull'alto pro lo 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 era 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 nale.

TAG:

Non sono presenti commenti per questo articolo.

Lascia un commento »

Inserisci qui il tuo commento

NOTIZIE CORRELATE

ELEVENTY:
SAPORE BRITISH



VLADIMIRO GIOIA
PER ANNSOPHIA
ROBB



METRADAMO:
NUOVO ASSETTO
AZIENDALE



ADVERTISING