

fashionmagazine.it

Sei qui: Home page > News > Saloni > 300 brand a White, che punta sulle showroom connection

NEWS MODA RETAIL PEOPLE AGENZIE TIMING SALONI JOBS



CERCA

PREVIEW lunedì 22 maggio 2017

300 brand a White, che punta sulle showroom connection



Salgono a 300 i brand presenti al prossimo **White Man & Woman**, dal 17 al 19 giugno (dal 250 di un anno prima). La rassegna della moda contemporary - tra le prime a intuire la necessità di anticipare le collezioni donna - continua a vagliare nuove formule.

«Anche i saloni hanno bisogno di sperimentazione: noi studiamo formule adatte a Milano e alla moda come **Showroom Connection**, il cui obiettivo è facilitare le connessioni tra i buyer e le oltre 600 showroom di Milano, che fanno della città quella con maggiore concentrazione di showroom al mondo» ha dichiarato **Massimiliano Bizzi**, fondatore di White, alla conferenza stampa di presentazione dell'edizione estiva.

La nuova tornata di presentazioni rafforza il sodalizio con il salone danese **Revolver**, che porterà 40 brand (dal 10 dell'inizio della collaborazione) in rappresentanza della moda scandinava.

Si parlerà inoltre un po' coreano, con una ventina di label del Paese asiatico e ci sarà un inedito spazio dedicato all'universo active, realizzato in collaborazione con la showroom londinese **Tomorrow**.

Il salone del Tortona district prosegue inoltre la partnership con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, portando nel calendario delle passerelle milanesi due dei suoi brand espositori, **Poan** (nella foto una serie di look) e **Wood Wood**.

Il primo - acronimo di Peoples of All Nations - è special guest della prossima edizione. Fondato da **Georg Weissacher**, ex stilista di **Vivienne Westwood**, il marchio è disegnato a Londra ma prodotto a Firenze. Il secondo, **Wood Wood**, è una delle etichette sotto l'ombrello di **Revolver**, disegnata da **Karl-Oskar Olsen**, già special guest lo scorso gennaio.

La label special guest per la donna è invece **Nehera**, una realtà del premium ready-to-wear che viene dalla Slovacchia, con una lunga tradizione nell'abbigliamento, in fase di rilancio dal 2014.

Tra le special exhibition, "La tradizione, Il valore, Il bello" questa volta accende i riflettori su **Albini Group**. Il gruppo tessile, tra i leader nei tessuti per camiceria, ha coinvolto stilisti affermati ed emergenti, affinché si esprimessero sul tema della camicia bianca. Il risultato è la mostra "Essentials, Stile e Materia nella Camicia Bianca".

Il secondo progetto, scaturito dal **Premio Ramponi**, è **Talent Network**. I creativi premiati nelle precedenti edizioni - **Alberto Zambelli**, **Francesca Castagnacci**, **Linda Calugi-Twins Florence**, **Francesco D'Amico-Damico Milano** e **Laura Bihl-Sainte Courtisane** - sono stati invitati a declinare alcuni dei loro capi secondo il "Ramponi mood".

Con l'iniziativa l'azienda specializzata negli accessori tessili (pietre in cristallo sintetico, strass e borchie, per citarne alcuni) offre ai giovani talenti della moda, oltre al premio - giunto alla sesta edizione - la possibilità di avviare un percorso nei suoi laboratori, dove la creatività si unisce alla tecnologia.

Da segnalare che il prossimo settembre **White Milano** avrà un giorno in più: si svolgerà infatti dal 22 al 25, nel contesto della super fashion week autunnale, che vedrà in campo tutte le più importanti rassegne, comprese quelle dell'accessorio.