

WHITE Man and Woman
16 · 17 · 18 Gennaio 2016
via Tortona 27 + via Tortona 54

COMUNICATO STAMPA CHIUSURA WHITE MAN AND WOMAN - GENNAIO 2016

WHITE CON L'INSERIMENTO DELLE PRE-COLLEZIONI DONNA SUPERA QUOTA 5.000 TOP BUYER, SU UN TOTALE DI 7.000 VISITATORI. SIGNIFICATIVO L'INCREMENTO DEI COMPRATORI INTERNAZIONALI CRESCIUTI DEL +22% RISPETTO ALL'EDIZIONE DI GENNAIO 2015.

White Man and Woman conferma dunque con i numeri il successo di una formula che abbina, nella stessa area espositiva, le ultime novità delle collezioni maschili più innovative con le preview donna dell'autunno-inverno 2016/17.

Nell'edizione che si è conclusa lunedì 18 gennaio scorso, al salone di via Tortona 27 e 54 la presenza dei compratori italiani e stranieri è cresciuta del 22% rispetto a gennaio 2015. In testa alla classifica delle presenze svettano gli orientali provenienti da Giappone, Corea e Cina.

Con i suoi **233 espositori** spalmati in **13mila metri quadrati**, White ha raddoppiato il numero di aziende con le sole collezioni donna nell'area **Only Woman** (40 espositori del calibro di **Mes Demoiselles, Garpart e Maurizio Pecoraro**), inaugurando una nuova area sportswear **W.S.016** (20 espositori tra cui **Nonconformist, Superga, LC23 e Kappa**) e varando una nuova collaborazione per la sezione **WOW (White On Web) by Highsnobiety** con **Luisaviaroma.com** che ha coinvolto 10 aziende tra le quali **Blood Brother, Soulland e GCDS**.

Altre due aree, **La Tradizione, il Valore il Bello** hanno acceso i riflettori sul lavoro di 21 artigiani divisi in due sezioni: **Training & show** con 16 aziende che fanno capo a **Cna Federmoda** e **Exhibition** con cinque interpreti dell'antica ars sutoria italiana.

Significativa la presenza di marchi che hanno svelato le loro nuove proposte men and woman come **Angelosergio Santoni, Peter Non e Maurizio Miri**. Hanno presentato le loro proposte esclusivamente menswear marchi del calibro di **Barracuda, Thom Krom, Kuro e CBS London**.

Dopo il successo dell'anno scorso, **Lancia** è nuovamente partner di White con una speciale esposizione della Ypsilon unconventional, personalizzata dall'artista **Erika Calesini**, che per questa edizione ha utilizzato borchie black and white firmate **Ramponi**.

*"La collaborazione con White – commenta **Antonella Bruno** – responsabile del brand Lancia per la regione EMEA, ribadisce la forte propensione al dialogo con il mondo della creatività e l'attenzione ai nuovi linguaggi."*

L'assessore alla Moda del Comune di Milano **Cristina Tajani**, ha recentemente enfatizzato l'appeal internazionale della città e il ruolo di White durante le fashion week dichiarando: *"Saloni come questo portano a Milano fino a oltre 20mila visitatori e quindi un turnover di affari e di turismo che per la città è estremamente importante"*.



“Il sistema fieristico della moda italiana si sta imponendo con numeri importanti anche sotto il profilo qualitativo. White rappresenta la realtà di innovazione e ricerca che, puntando anche sulle pre-collezioni donna riesce a raggiungere risultati sempre più significativi” - dichiara **Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE.**

“In una settimana della moda milanese effervescente e ricca di proposte di altissimo livello” ha dichiarato **Mario Dell’Oglio, presidente della Camera Italiana Buyer Moda,** *“White si colloca tra gli eventi più significativi. Forte di un’offerta dedicata ai piccoli ma selezionati produttori menswear con la loro personale interpretazione del contepraneo, , dobbiamo al salone di via Tortona la chance di esporre le pre-collezioni donna per l’autunno-inverno 2016/17, permettendo ai buyer una panoramica strategica per le nostre scelte”.*

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
raffaella.imo@whitepress.it
press@whiteshow.it