

WHITE Man and Woman
20 · 21 · 22 Giugno 2015
via Tortona 27 e via Tortona 54

COMUNICATO STAMPA CHIUSURA WHITE MAN AND WOMAN 20-21-22 GIUGNO

WHITE IN CRESCITA. UN SUCCESSO L'INSERIMENTO DELLE PROPOSTE DONNA

White Man and Woman, la rassegna milanese del Tortona Fashion District, ha chiuso l'edizione di giugno registrando la presenza di oltre 5mila visitatori, con un incremento di buyer italiani pari al 25% e di compratori stranieri del +5 tra i quali rimane costante la presenza del Giappone, confermandosi tra i mercati più sensibili e recettivi alla ricerca espressa da White, mentre crescono Corea (+33%) e Cina (+28). Aumenta anche l'affluenza dei buyer del Middle East (+10%) e nord-europei con gli inglesi in testa (+20%), seguiti dai tedeschi (+15%) e dagli svizzeri (+3%). In calo i compratori russi, greci e spagnoli, con una crescita totale dei compratori del +24%, rispetto all'edizione di giugno 2014. Dati soddisfacenti resi possibili grazie ad un attento lavoro di programmazione che ha portato alla nascita della nuova sezione **Only Woman**, all'ampliamento dell'area WOW all'interno dello spazio Ex Ansaldo e al nuovo progetto **Time Award**. Un risultato eccellente che premia la ricerca e l'attenta selezione del salone milanese, articolata in **207 brand, 71 dei quali solo menswear, 105 con entrambe le proposte donna e uomo e 31 solo donna**, protagonisti assoluti di **ONLY WOMAN**. La nuova sezione, nata per soddisfare le richieste dei buyer e dei produttori, è stata accolta con entusiasmo dai buyer e dagli stessi espositori. All'interno della sezione hanno presentato le loro pre-collection brand del calibro di **Cristiano Burani, Maurizio Pecoraro, Laura Strambi, Hoss Intropia e Momoni**.

Consensi unanimi anche per la sezione Man and Woman, con brand come **Grenson, Marahishi, Henrik Vibskov, Harmony, The Last Conspiracy, Iuter, L.G.R., Kuro e Snake and Dagger e North Sails**. Special Guest della sezione, il brand **Atelier Archivio** di Alberto e Angela Biani.

Hanno scelto White anche il brand inglese Cottweiler, special designer per il menswear e **A-Men**, la nuova label maschile di Amen del gruppo Jato.

Successo mediatico e di pubblico anche per **adidas Original e Reebok** mentre **Deus ex Machina**, il brand che nasce nel 2006 in Australia nell'orbita delle due ruote, del surf e dello sci ha allestito White uno spazio dedicato temi cross ed enduro in due camper affacciati nel Garden.

L'avant-garde europea ha trovato ancora una volta la sua location ideale nel Basement, il privé underground di via Tortona 27, destinato a ospitare le punte più avanzate della sperimentazione, come il parigino **Marc Le Bihan**, gli italiani **Lucio Vanotti e Filippo Fanini, Henrik Vibskov** il designer danese che ritorna nel Basement con le sue creazioni di ricerca e **House of Very Island's**, creato da quattro artisti viennesi, conosciuto per il suo casualwear realizzato con tessuti organici.

L'edizione di White conclusasi lunedì è stata anche la rampa di lancio di **Time Contemporary Fashion Award Milano**, il progetto di brand accelerator nato dalla collaborazione tra **White e Camera Italiana**



Buyer Moda, che grazie alla partnership con **Lancia**, il contributo di **Farfetch** e il patrocinio del **Comune di Milano** porterà i tre vincitori, **Bliss Lau, Maurizio Miri** e **Ultràchic** (un premio assoluto e due premi speciali) in **sei trunk show** organizzati da **White**, da luglio a dicembre 2015 nelle seguenti boutique: **Degli Effetti** di Roma, **Banner** di Milano, **Sugar** di Arezzo, **D'Aniello** di Napoli e anche a Palermo, in una sede in via di definizione e a Rostov (Week End Moda).

“Saper cogliere i veloci cambiamenti del mercato è sempre stata la prerogativa del team di White che ha portato il salone verso un format uomo/donna, consentendo agli espositori la possibilità di presentare entrambe le linee all'interno dello stesso spazio. L'inserimento della donna in Only Woman rappresenta un ulteriore passo in avanti per l'affermazione di una formula che è già un successo. E su questa strada vogliamo crescere. Così come è nostra volontà imprimere ulteriore forza ed energia alle prossime edizioni di Time Award. Un progetto nuovo che coinvolge i buyer in prima linea, portando la moda contemporary tra la gente” dichiara **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White**.

Milano - 23 Giugno 2015

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