



► 9 ottobre 2018

MODA Una rassegna all'insegna dell'entusiasmo e del dinamismo. I quattro

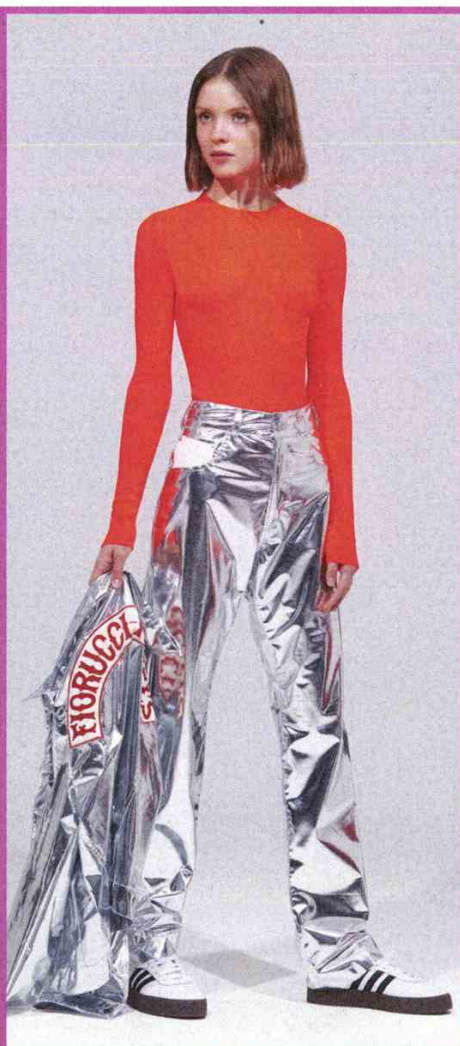
IL WHITE MILANO CHIUDE I BATTENTI

Presenti 562 marchi, di cui 375 italiani e 187 esteri. I



CATERINA MORO

Designer romana, dopo un master in haute couture, Caterina Moro si affaccia nel mondo della moda nel 2015. La prima collezione demi-couture, presentata durante la Fashion Graduate Italia del 2017, segna l'esordio del brand, caratterizzato da ricerca sartoriale e approccio sperimentale nei tessuti e nelle lavorazioni. Nobilitare gli outfit di tutti i giorni è il concetto della collezione d'esordio della Moro. La stilista vuole portare una componente sartoriale e poetica nel quotidiano, riscoprendo la preziosità del vestirsi nel dettaglio.



FIORUCCI

L'azienda di abbigliamento, fondata a Milano da Elio Fiorucci nel 1967, ha avuto una grande espansione tra gli anni Settanta e Ottanta del secolo scorso, in cui ha aperto negozi, oltre che a Milano, in molte metropoli del mondo. Cacciatore di tendenze, pioniere del retail intelligente, Elio Fiorucci (1935 - 2015) è stato parte di quella "old school" che ha forgiato la comunicazione italiana rendendo famosa Milano nel mondo. Anche dopo la cessione del marchio, i capi continuano a essere prodotti alla maniera del fondatore.



GOOSE TECH

Marchio italiano incentrato sullo sviluppo di un eccellente stile artigianale e sull'evoluzione dello stile nella produzione di una collezione versatile. Il brand nasce a Milano, cuore della moda e della creatività, nel 2013, che coglie un'idea che volava nell'aria nel mondo della ricerca tecnologica sui nuovi materiali e sul loro utilizzo. I materiali usati sono accuratamente studiati per prestazioni hi-tech. La grande innovazione di questo marchio sono le trasparenze lasciando visibili le piume realizzate in poliuretano.



► 9 ottobre 2018

giorni della manifestazione segnano un importante step nella crescita del salone

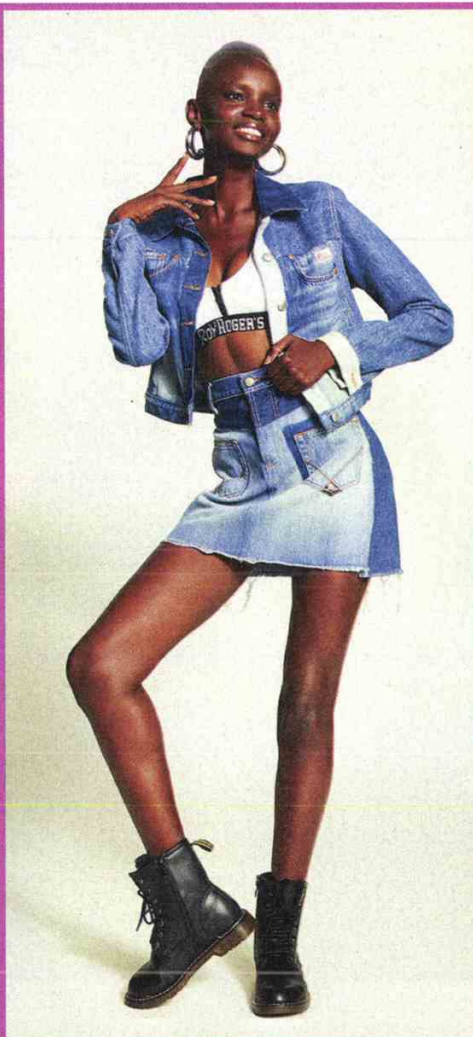
REGISTRANDO NUMERI DA RECORD

visitatori aumentano del 5% superando quota 27.000



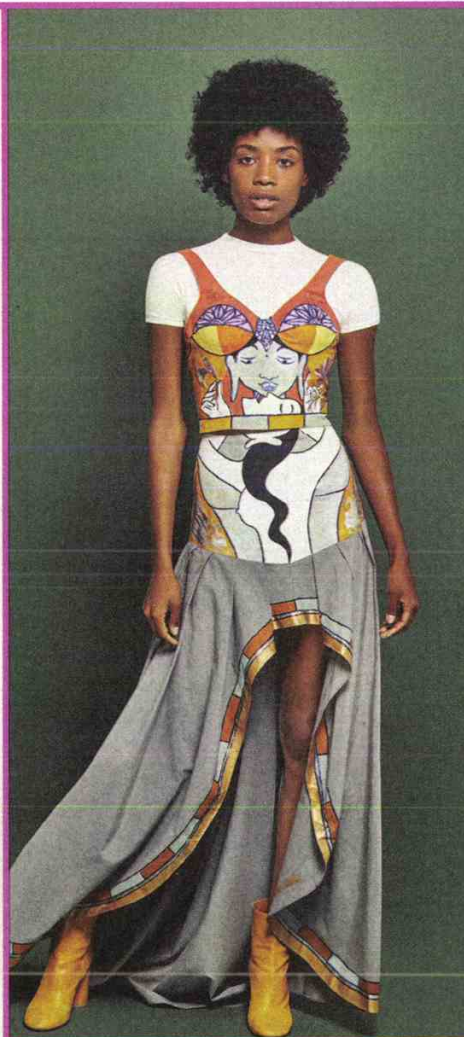
JIWON YUN

Jiwon Yun è una designer diplomata presso l'atelier Chardon Savard di Parigi. Il suo marchio, tra i più giovani del panorama della moda, è stato lanciato appena un anno fa, nel 2017, dopo che Jiwon ha creato con successo diverse esperienze nella moda come supporter designer. Il suo motto è "Suit è il modo migliore per rendere una donna chic". Con questa idea in mente, disegna indumenti ispirati agli abiti da uomo per rappresentare la donna di oggi. Realizza capi che mantengono tutta la loro femminilità pur avendo questa ispirazione.



ROY ROGER'S

Roy Roger's è un marchio di abbigliamento italiano fondato nel 1949. Celebre per la produzione di blue jeans iniziata a partire dal 1952, i pantaloni in denim Roy Roger's divennero celebri per la particolarità di essere dotati di cinque tasche e di cerniera lampo su quelle posteriori. Da allora è stato un continuo evolversi nella produzione dei capi, dai pantaloni alle giacche, fino alle gonne, ma la peculiarità del marchio è stata quella di mantenere le caratteristiche di origine. A tutt'oggi Roy Roger's è ancora un brand di eccellenza.



WRAD

Per i fondatori "Wrad non è un marchio, ma una call to action", ovvero rendere la moda vivibile. La loro direzione è lavorare per far sì che appunto la moda sia vivibile. Sia per chi la produce che per chi la indossa. Con il massimo rispetto per l'ambiente. Una moda che valorizza e protegge la vita del pianeta e delle creature che ci vivono, al fine di garantire un futuro per le generazioni che verranno. Uno stile di vita per coloro che sentono il bisogno di agire e innescare un cambiamento.