

WHITE MAN & WOMAN PREMIA LA QUALITÀ DELLE COLLEZIONI E DELLE PRESENZE E GUARDA A NUOVI PROGETTI PER GIUGNO 2018

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 flessione 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 scelta strategica di riposizionare il salone in vista del progetto **WHITE STREET MARKET**, che porterà alla nuova destinazione d'uso dell'ex Ansaldo, ha premiato **WHITE** per la qualità dei buyer e gli apprezzamenti sulle collezioni. – commenta **Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE** - I numeri rimangono pressoché quelli di gennaio scorso, con un leggero calo dell'Italia. L'estero, invece tiene, sia per qualità dei retailer intervenuti, sia numericamente. Siamo da tempo al lavoro e saldamente ottimisti con i nuovi progetti di giugno».*

La formula del salone, patrocinato dal **Comune di Milano** e in partnership con **Confartigianato Imprese**, si è focalizzata **sulle pre-collezioni donna presenti in fiera; sul collegamento con le showroom milanesi, grazie al progetto Showroom Connection; sull'incoming dei buyer e sull'alto profilo 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 fiera **B2C** e B2B 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 finale.

L'atmosfera propositiva ha focalizzato l'attenzione degli intervenuti sui numerosi format in scena a Superstudio Più. Come conferma il successo della formula **Showroom Connection@WHITE** che ha visto partecipare designer del calibro di **Lucio Vanotti, I'M Isola Marras by Efsio Marras, YOJ by Laura Strambi, Cinzia Araia, Nuwoola** e brand di rilievo come **Alberto Guardiani, Barracuda, Smarteez, Paperlace London, Space Style Concept**.

Altro progetto sotto i riflettori è il rinnovato appuntamento con l'athleisure, lo sportswear del futuro, con **Ahead**, - format curato da Alfredo Canducci Pais Ferreira, Executive Director of Strategy and Development, Tomorrow London Limited - cresciuto sotto il profilo qualitativo e numerico, che ha visto brand come **C-Clique, Sapopa** per il womenswear **White Mountaineering, Geym, KAPPA x AFL x SHAUNA.T/P.A.M** e **KAPPA x AFL x POSH ISOLATION**.

Il dialogo con le showroom internazionali ha portato a **WHITE** realtà come **Vald Agency**, che ha schierato **Henrik Vibskov, Beira, House of the Very Island's, Anntian** e **EATABLE**; **Six London**, con **Dorateymur, Nicole Saldaña, Toga Pulla**; **3rd Eye Showroom**, da cui provengono **Fou, Alexandra Moura, LaLa Love**; da Berlino è arrivato **The Abyss Studios**, con **Last Heirs, Used Future; Wemaisnone**. Inoltre, nell'ambito del format Friends of **WHITE**, si è riconfermata la presenza di **Baltimora Studio** e delle sue label cutting edge.

WHITE®
M A N & W O M A N



Gli special guest di gennaio, **Miaoran** con il fashion show alla WHITE LOUNGE e **diLIBORIO** con la sua special performance, hanno riconfermato il ruolo di WHITE come talent scouter e hub per la sperimentazione stilistica.

Al cuore del salone, l'area MAN & WOMAN ha visto protagonisti marchi di qua e di là dei confini nazionali come, **Thom Krom**, **Sartorial Monk**, **Stighlorgan**, **Consistence**, **Rold Skov** e **Riceman**, a riprova che lo scouting di WHITE tocca tutte le latitudini.

L'ONLY WOMAN ha presentato designer come Tuomas Merikoski e il suo **AALTO**, oltre a marchi come **2ndday**, **Besfxk**, **Alumnae**, **LaSeine&Moi**, **Pellico** e **Quantum Courage**.

Due nuove aree tematiche hanno debuttato con successo al salone: il **Focus on KNITWEAR** e **WHITE BIJOUX**. Se la prima ha messo in risalto l'hand made made in Italy - con le espressioni artigianali di **Avril 8790**, **ZINCO**, **Cancellato**, **Flo' Sophie** e altri ancora - i Bijoux hanno brillato nel segno di label come: di **Bjorg**, **Quite Quiet**, **Icudal**, **Sophie d'Agon**, **Sheida Farrokhi**, **Simona Randazzo**, **Ossi di Seppia**, **0.88**, **Atelier Makarios** selezionati da **Filippo Ronchi** e **Jurgita Rubikaite** di **Birik Butik**.

Milano, 15 Gennaio 2018

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

Media Partners

COLLEZIONI
FASHION MAGAZINE
FASHION ILLUSTRATED
MFF
MODEM
PAMBIANCO MAGAZINE
PREZIOSA MAGAZINE
SHOWDETAILS
SPORTSWEAR INTERNATIONAL

Special Thanks

BONAVERI
ECCELLENZE CAMPANE
GETTY IMAGES
PREMIO RAMPONI
TATTERTON

