Comunicati Stampa

Moda

White sempre più ricca con 270 brand e 197 collezioni uomo e donna

Tajani: "Il salone cresce con le partnership internazionali, l'accordo con CNMI e la collaborazione con il Comune di Milano"

Milano, 15 dicembre 2016 - Dal 14 al 16 gennaio torna WHITE il salone patrocinato dal Comune di Milano che per l'edizione 2017 raggiunge in mostra 270 brand (+18% rispetto all'edizione di gennaio 2016) grazie alla formula di presentare insieme le collezioni uomo e il womenswear, arrivando a 197 collezioni femminili, di cui 63 nell'area ONLY WOMAN dedicata alle preview donna presentate durante l'uomo.

L'edizione 2017 di WHITE è stata presentata questa mattina a Palazzo Marino dall'assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività produttive, Moda e Design Cristina Tajani e da Massimiliano Bizzi ideatore della manifestazione.

«Una scelta, quella di WHITE, di presentare contemporaneamente le collezioni uomo e donna, che si sta dimostrando vincente e apprezzata da operatori e addetti ai lavori. Un risultato confermato nei numeri, con oltre 270 brand internazionali che hanno scelto ancora una volta Milano come vetrina ottimale per presentare le proprie collezioni, in un contesto sempre più ricco e internazionale». Così l'assessore Tajani che prosegue: «Milano, grazie anche a WHITE, si conferma capace di anticipare trend e stili, con una particolare attenzione alla valorizzazione delle visioni dei giovani talenti creativi».

In un'atmosfera d'interesse sempre crescente verso la moda contemporary e in uno scenario dove anche i grandi marchi virano verso la presentazione congiunta delle linee maschili e femminili, WHITE conferma il suo ruolo di precursore e di anticipatore dei generi. Questa formula moderna e innovativa sta raccogliendo sempre più consensi da parte degli operatori di settore, che optano per presentare le loro linee a Milano, in un'ottica di ottimizzazione delle tempistiche e dei costi. Gioca con il mix uomo e donna il brand di Copenaghen Wood Wood, special guest del salone, che sfila per la prima volta a Milano, portando in passerella la nuova collezione uomo e una preview della donna, frutto della collaborazione intrapresa con Camera Nazionale della Moda Italiana.

«Diamo il benvenuto nel calendario di Milano Moda Uomo a Wood Wood, giovane e promettente brand scelto tra quelli presenti a WHITE. Un evento nel segno della collaborazione tra gli attori del sistema, che contribuiscono a rendere unico e speciale il settore moda della nostra città e del nostro Paese», commenta Carlo Capasa, Presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana

La formula di WHITE si conferma essere l'unica in grado di soddisfare le esigenze degli entry top buyer che, con la loro presenza, garantiscono il successo del salone. I progetti speciali sono un plus della manifestazione, in grado di catalizzare l'attenzione dei compratori internazionali e degli addetti ai lavori. In quest'ottica si inserisce la partnership con Revolver, la fiera di Copenaghen, attraverso il progetto REVOLVER INSIDE WHITE, che quest'anno porta Wood Wood a sfilare a Base, in Via Bergognone 34, come special guest del salone, grazie anche al supporto della Camera Nazionale della Moda Italiana. Vero fenomeno del high-end streetwear Wood Wood porta in passerella la sua identità evoluta di moda che trova la sua ispirazione nella cultura giovanile, nell'arte, nella musica. Lo stile trasversale lo ha portato, negli anni, a realizzare collaborazioni con numerosi marchi affermati, quali Adidas, Eastpack, Ellesse e Barbour e Champion. Wood Wood vanta oggi una distribuzione internazionale, con negozi monomarca a Copenaghen, Berlino e Aarhus, oltre allo shop on-line. Lo scouting di WHITE si sposta, perciò, in passerella, come è già accaduto negli anni passati con fenomeni della moda quali Stella Jean e Uma Wang, che qui hanno trovato la loro piattaforma di lancio. La cooperazione messa in atto con CNMI da WHITE punta a fare sistema su Milano, in un ambito che mira a rafforzare l'immagine del capoluogo lombardo come capitale internazionale della moda, anche grazie al valore aggiunto della ricerca messa in atto dal salone.

"WHITE è sempre più proteso in questa strategia a doppio binario espositivo –conclude Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE- i numeri confermano il successo della strada intrapresa, con la crescita significativa della sezione ONLY WOMAN e con il riscontrato successo delle aree speciali dedicate al ready-to-wear femminile a ogni edizione. WHITE MAN & WOMAN si avvia a diventare la risposta certa alle esigenze dei buyer internazionali e degli addetti ai lavori, che qui trovano ricerca di altissimo livello interpretativo, marchi ben bilanciati nel rapporto qualità prezzo e soprattutto una giusta collocazione temporale, con date che corrispondono alle loro necessità di acquisto.

ContattaMI

Ultime notizie

- White sempre più ricca con 270 brand e 197 collezioni uomo e donna
- Edizione record per WHITE 2016, +11% di espositori per le passerelle di Milano
- Prorogata all'8 settembre la call per la prima Fall design week
- Il 20 settembre è Vogue Fashion's Night Out
- Comune, Triennale e Kartell rendono omaggio alla cultura del lavoro per la XX1T

Leggi tutte

Codice abbonamento: 098154

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Questo salone sta diventando un perfetto complemento di quello femminile on stage a febbraio e a settembre, grazie all'imponente investimento di tempo e di risorse profuso da M.Seventy, in un'ottica di crescita nel lungo periodo. Di particolare rilevanza per WHITE è la collaborazione appena intrapresa con Camera Nazionale della Moda Italiana, che ci consentirà di attrarre su Milano in nomi internazionali più interessanti del contemporary».

Grazie alla partnership con Confartigianato ed ICE - Agenzia, la società organizzatrice della manifestazione ha aggiunto un nuovo tassello all'impianto organizzativo di WHITE, con i road show tenutisi nell'autunno 2016, che hanno interessato le piazze di Shanghai, Seoul e Dubai, e per la prima volta, anche Berlino, scelta come tappa conclusiva. Il progetto itinerante IT'S TIME TO WHITE ha condotto in giro per il mondo un brand mix che ha riscosso vivo interesse da parte dei buyer internazionali.

Aggiornato il: 15 dicembre 2016 **Aggiungi a preferiti** Condividi **Stampa**

Social media:

Segui l'Amministrazione
Il Governo
Albo Pretorio On-Line
Amministrazione trasparente
Statuto e regolamenti
Dati statistici
Attività internazionali
Patrocinio comunale

Portale intranet

Utilizza i Servizi
Servizi on-line
Ambiente
Anagrafe e servizi civici
Casa e assegnazione spazi
Educazione e Istruzione
Entrate
Impresa, lavoro e formazione
Lavori Pubblici
Mobilità
Per il sociale
Polizia Locale e Protezione civile
Territorio
Servizi di Municipio

Vivi la Città
Luoghi della cultura
Milano in tasca
Percorsi tematici
Sport
Verde
Animali
Qualità della vita
Succede in città
Elenco Siti Tematici

Partecipa
Come votare
Diritti
Forum e iniziative
Iscrizione agli albi
Referendum e iniziative popolari
Volontariato

Sfoglia le News
Prima pagina
Sala stampa

Comune di Milano, Piazza della Scala, 2 - 20121 Milano
Codice fiscale/Partita IVA 01199250158
Centralino unico 020202

Regione Lombardia | Città Metropolitana | Asl | ATM | AMSA | A2A | MM | ATO Città di Milano

Privacy | Crediti | Note Legali | Accessibilità

Codice abbonamento: 098154

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.