

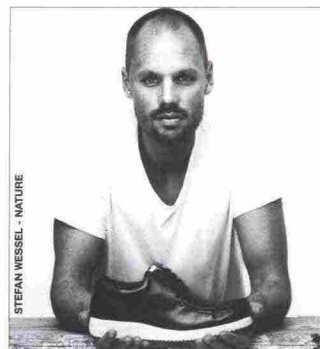
FAIRS

## New winning strategies for the **white show**

### *Nuove strategie vincenti per White*

The changes in the January show were well received by visitors.

*I cambiamenti del salone di gennaio hanno registrato un ottimo riscontro di visitatori.*



The new growth strategy for the Milan event, which in the past was dedicated only to men's collections, obtained the expected results, with a 20% increase in exhibitors and 34% increase in visitors (especially, buyers).

The visitors included a massive presence of buyers from Asian countries, particularly Japan, South Korea and China, which appreciated the research and innovation of the collections presented.

A public happening and not only a show, this is the image of the new White fair: 180 brands characterised by the contamination between fashion, research and street urban luxury.

This edition included an expansion of the exhibition spaces towards the former Ansaldo area at 54 Via Tortona. The WOW.15 section was set up in this area, created in collaboration with Highsnobiety, an opinion-leader publication for street fashion. It was very popular with visitors and brought life to the rooms with photo shoots and an area dedicated to bloggers.

An event that combines fashion, music and pop subculture of the last 30 years through a series of initiatives

and events. Worth mentioning, is the concert of Marracash in honour of the launch of its KG fashion collection and the "Metropolis" exhibition focusing on London's alternative scene and promoted by Slam Jam, one of the best-known distributors of young fashion.

A success for research collections combining fashion and luxury sports such as Adidas and Reebok, Nasi Mazhar and small independent brands such as Filling Pieces and Am:Pm.

This success marks a new phase of the January and June shows, and bodes well for February's show with the women's collections.

Definitely worth mentioning among the brands presented in January's show is the Danish brand, Nature, and SRP, a new creation by the Italian Pulchrum brand (look at the pictures above).

Nature is a new concept of unisex shoes; ergonomic and with an ultralight sole in recycled EVA that combines comfort with a fun and stylish upper. Designed as a "passpartout" without season, it comes in one laced model with different uppers, from fabric to leather.



SRP, instead is the new runner by Pulchrum, an Italian brand that has recently emerged with new hybrid concepts. This new collection transforms the sneaker-runner into a premium product. The soles are made by Vibram and the uppers are full of details such as boat-shoe lace locks and a mix of unique materials, such as leather, mesh and technical fabrics.

- La nuova strategia di crescita per la kermesse milanese, in passato dedicata unicamente alle collezioni maschili, ha ottenuto i risultati sperati registrando un aumento di espositori (20%) e di visitatori del 34% (in particolare buyer).

Tra i numeri dei partecipanti da rilevare la massiccia presenza di compratori provenienti dall'area asiatica, in particolare Giappone, Corea del Sud e Cina che hanno particolarmente apprezzato la ricerca e l'innovazione delle collezioni presentate.

Un happening cittadino e non solamente una fiera, è questa l'immagine del nuovo White: 180 brand caratterizzati dalla contaminazione tra moda, ricerca e luxury urban street.

Quest'edizione ha visto l'espansione degli spazi espositivi verso l'aerea ex-Ansaldo al n 54 di via Tortona: in questi locali è stata allestita la sezione WOW.15, realizzata in collaborazione con Highsnobiety, testata opinion leader per la moda street, che ha riscontrato il favore dei visitatori ed ha animato i locali attraverso photoshooting e un'area blogger dedicata.

Una kermesse che ha unito moda, musica e subculture pop degli ultimi 30 anni attraverso una serie di iniziative ed eventi: tra questi da sottolineare il concerto evento di Marracash in onore del lancio della sua collezione di moda KG e la mostra "Metropolis" incentrata sulla scena alternativa di Londra e promossa da Slam Jam, uno dei più noti distributori di moda giovane.

Successo per le collezioni di ricerca tra moda e sport di lusso tra cui spiccano Adidas e Reebok, Nasi Mazhar e piccoli brand indipendenti come Filling Pieces e Am:Pm.

Un successo che segna una nuova fase della kermesse di gennaio e giugno e che fa ben sperare per il prossimo appuntamento di febbraio con le collezioni donna.

Tra i marchi presenti all'evento di gennaio sicuramente vanno ricordati il brand danese Nature e SRP, nuova creatura dell'italiana Pulchrum (vedi le foto in alto).

Nature è una nuova concezione di scarpa unisex, ergonomica e con la suola ultralight in EVA riciclata, unisce il comfort ad una tomaia divertente e di moda. Pensata come un passpartout senza stagione si propone in un unico modello allacciato. Diverse le tomaie: dal tessuto alla pelle.

SRP, invece, è il nuovo concept runner di Pulchrum, brand italiano che si è imposto negli ultimi anni con nuove proposte di ibrido. Questa nuova collezione elabora in chiave premium la sneaker runner. Le soles sono Vibram e le tomaie sono ricche di dettagli come i passalacci da barca e un mix unico di materiali tra pelle, rete e tessuto tecnico.

→ Elena Marradi

www.arsfair.com