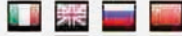




FASHION E LUXURY MADE IN ITALY

11 APRILE 2017



ULTIMO NUMERO / TOP STORIES / FOTO COLLEZIONI

Follow us



Cerca nel sito

Cerca

11 APRILE 2017

White Milano si mette in marcia per Shanghai

La realtà milanese, insieme a Confartigianato imprese, porta in Cina la moda contemporary. Nei piani, una piattaforma per le pmi italiane.

Barbara Rodeschini



La moda contemporary diventa protagonista della Shanghai fashion week con Fashion meets commerce-Style routes to Shanghai. Nata dalla progettualità di White Milano e Confartigianato imprese, due realtà legate dal 2016 con una partnership che ha dato vita a Miac-Moda italiana aziende contemporary, l'iniziativa organizzata nel weekend all'interno della Sihang Warehouse è stata animata da due momenti chiave: una live presentation e un business forum aperto ai buyer e agli operatori di settore con la partecipazione, tra gli altri, di Mario Boselli, presidente onorario di Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, Mario dell'Oglio, presidente di Camera italiana buyer moda e di Chen Yi

Jun, general manager and board member di Bailian group fashion center. «Siamo al lavoro per aprire una piattaforma b2b», ha spiegato Giuseppe Mazzarella, delegato all'internazionalizzazione di Confartigianato, «capace di attrarre i migliori buyer cinesi, per dare visibilità alle nostre aziende moda, in un paese che riteniamo essere quello con il più alto potenziale nel fashion. Oltre al nostro supporto, la strategia prevede che la selezione dei brand venga fatta dal team di White. Il progetto della piattaforma è già stato presentato a Ice-Italian trade agency, affinché possa avere il suo startup a ottobre». Tra i primi protagonisti del progetto ci sono nomi come Boldini, Pinghe, Act N°1 e Situationist per l'abbigliamento e Demanumea e JF London per il segmento accessori. L'evento ha già raccolto il placet di situazioni e player della moda come ha sottolineato Claudio Pasqualucci, trade commissioner di Italian trade commission Shanghai office: «Da quando White è entrato con Confartigianato nel tavolo della moda, stiamo valutando una strategia comune per affrontare il mercato cinese. L'Italia, attraverso il MiSe-Ministero dello Sviluppo economico e Ice, supporta da sempre le aziende italiane del settore moda, con iniziative finalizzate a capire sempre meglio cosa richiede il mercato cinese. Il segmento della moda contemporary in Cina sta avendo una crescita importante sia in termini di numeri, sia di potenzialità, perché si sta aprendo la strada anche per tutti quei marchi che fanno di qualità e unicità la loro caratteristica. In questo contesto, la moda contemporary sta trovando un suo spazio ed è necessario sostenerla e comunicarla attraverso i giusti canali, facendosi vedere offline per essere comprati online».

(riproduzione riservata)

Top Stories