

**WHITE SEMPRE PIU' UOMO E DONNA**

È stata presentata stamattina a Milano la nuova edizione di White, il salone milanese dedicato alla moda contemporary che si svolgerà il prossimo weekend nel cuore del Tortona Fashion District.

Massimiliano Bizzi, fondatore della rassegna, ha presentato numeri ancora in crescita (+20% circa di espositori rispetto all'edizione di gennaio 2015) che confermano il successo della formula adottata nelle ultime stagioni: collocare ogni azienda selezionata in spazi idonei a presentare sia le collezioni maschili che quelle femminili.

Una strategia di mercato che ha richiesto l'ampliamento dell'area espositiva, estesa all'Art point di Superstudio Più e che ha suscitato un crescente interesse dei buyer ma anche degli espositori. White, con questa formula e con questi dati, dimostra la validità del proprio format inedito. Presenti quest'anno saranno 207 espositori, 71 dei quali sono solo menswear, 31 solo donna e ben 105 con entrambe le proposte (donna e uomo), insieme e nello stesso spazio. Sommando le singole collezioni, a White saranno presentate 136 proposte donna e 176 maschili.

White vara ONLY WOMAN una sezione inedita, interamente dedicata alle collezioni womenswear di marchi selezionati e proposti ai compratori attesi in via Tortona 27. Tre i nomi di spicco per il battesimo della sezione: Cristiano Burani, una griffe tra le più apprezzate nel panorama retail internazionale, Special Guest della sezione Only Woman. Per la MAN SPECIAL AREA hanno scelto White il brand inglese Cottweiler e A-Men, la nuova label maschile di Amen del gruppo Jato, che svelerà la neonata capsule collection.

L'avant-garde europea è di casa nel Basement, il privé sotterraneo di via Tortona 27, destinato a ospitare le creazioni che esprimono le punte più avanzate della sperimentazione, destinate alle boutique internazionali. E torna anche la sezione Wok Room affidata al Wok Store di Milano, una delle insegne di riferimento per

lo stile street&sport. Per l'edizione di giugno, la scelta è caduta su e Myar, il brand creato da Andrea Rosso, Eastpak con una limited edition realizzata in collaborazione con la azienda di tessuti londinesi House of Hackney e Carrera Helmet, il marchio di proprietà del gruppo Safilo che sigla i caschi da moto più glamour del momento.

Prosegue anche il progetto di brand accelerator TIME - Contemporary Fashion Award, rivolto alle aziende contemporary italiane e internazionali che porta a compimento il suo primo step con la finale che premia il marchio votato dai buyer, con quattro trunk show in altrettante boutique haut de gamme.

Infine coerente con il frame di Expo 2015, Nutrire il pianeta, energia per la vita, White Man and Woman diventa anche occasione di incontro sul tema food. Alle sue tre postazioni Pastaio, Orto e Cantina a disposizione degli espositori e degli ospiti, si aggiungono le isole gastronomiche di Langosteria con il suo temporary Fish Bar articolato tra Fish Kitchen, Oyster & Raw Fish, Lobster Crab & Salad e un Oyster Bar animato da virtuosi mixologist.

[www.whiteshow.it](http://www.whiteshow.it)

Tweet