

MONDO PRESSING

Presentata a Palazzo Marino WHITE Man and Woman che si svolgerà dal 16 al 18 gennaio 2016

Inserito su 15 dicembre 2015 da Annamaria Demartini in Notizie del globo



IL SALONE CRESCE DEL 15% RISPETTO ALLO SCORSO GIUGNO E RADDOPPIA L'AREA ONLY WOMAN WHITE Man and Woman cresce non solo per numero di brand e progetti speciali all'interno del salone, ma si dimostra un evento sempre più buyer oriented, con il suo brand mix internazionale mediato tra collezioni di ricerca e marchi più consolidati, focalizzato sulle nuove frontiere e opportunità offerte dal web.

A questa edizione sono circa 231 i brand presenti che occupano le due location di via Tortona 27 (Superstudio) e 54 (spazio Ex Ansaldo) con una superficie allestita di 13.000 mq. Per la prima volta l'evento si espande arrivando a occupare i due piani dello Spazio Ex-Ansaldo. Il salone, che fonda il suo concept nella felice combinazione e alternanza tra collezioni maschili e femminili (a parte la sezione Only Woman) vede un numero sempre crescente di visitatori provenienti soprattutto da Giappone, Cina, Corea e Nord Europa.

WHITE è un vero punto di riferimento per gli addetti ai lavori che da tutto il mondo si ritrovano a Milano durante le fashion week come sottolinea l'Assessore alla Moda e Design Cristina Tajani: "Milano si prepara ad accogliere uno degli eventi più attesi dagli operatori del settore. Come già accade da diverse stagioni, anche quest'anno il salone di via Tortona dedicato alle collezioni uomo presenterà alcune capsule e precollezioni donna, rendendo questo appuntamento sempre più ricco e internazionale. La nostra città si conferma così costantemente attenta ai trend e sempre più orientata alla valorizzazione dei giovani talenti creativi".

"Siamo molto contenti del sostegno che le Istituzioni stanno dando al nostro salone, a partire dal Comune di Milano che ci ha sempre supportato e continua a sostenerci in maniera concreta riconfermandoci il Patrocinio e la Concessione dello spazio Ex Ansaldo, nonché del supporto della Regione Lombardia a testimoniare l'importanza strategica che ha acquisito il nostro evento per Milano, per l'intera Regione nonché per il sistema moda italiano in generale. E' risaputo che le aziende contemporary si stanno affermando sempre più e che la ricerca di novità e qualità sono fondamentali per i buyer internazionali.

White rappresenta la rassegna moda donna principale in Italia ed una delle più importanti in Europa e stiamo lavorando al fianco delle istituzioni per internazionalizzare sempre più le aziende medio piccole che rappresentiamo" – commenta Brenda Bellei, CEO di M.SEVENTY e WHITE-

Nell'ottica di sviluppo strategico e di definizione della propria identità e missione, WHITE Man and Woman (nelle due edizioni di gennaio e giugno) punta sulla sezione ONLY WOMAN che si amplia notevolmente rispetto alla scorsa edizione con una presenza di circa 40 brand internazionali. Un dato che dimostra la crescente importanza delle pre-collezioni, che costituiscono un'importante percentuale del fatturato nel sistema moda italiana.