

Publicata il 15/02/2016 alle 23:30:29 in [Economia](#)

## Moda. White conferma la sua leadership di salone buyer sempre più internazionale

**Tajani: "La collaborazione tra Amministrazione e White ha permesso di valorizzare la creatività di tanti designer, trasformandola in nuove opportunità di mercato e di stile"**

Milano, 15 febbraio 2016 - Dal 27 al 29 febbraio il Tortona Fashion District torna a essere il vero hub creativo di Milano grazie a WHITE. La rassegna patrocinata dal Comune di Milano, che con i suoi 500 marchi, 18.000 mq di superficie allestita su tre location e una previsione di oltre 20.000 visitatori, WHITE presenta un mix sempre attento alle più importanti novità della moda contemporanea. A White 2016 sono presenti in Tortona 27 Superstudio Più: AALTO (special project), YOHANIX (Special Guest Designer), BALTIMORA SHOWROOM (con marchi come For Love & Lemons, Goldie London, Jovonna, Maimi, One Teaspoon, Unrealfur e WYLD), BONOMEA, COLLECTION PRIVEE', EGGS, FALIERO SARTI, HACHE, LABO.ART e SIX LONDON SHOWROOM che presenta brand footwear come Opening Ceremony, House of Holland, Toga Pulla e Swear London. E ancora in un'area speciale il grande ritorno di Hache, che è nuovamente sotto la direzione creativa di Manuela Arcari, che con Davide Agus, sta lavorando al rilancio del marchio nel segno del Made in Italy. WHITE si presenta con un'edizione particolarmente forte a livello internazionale, grazie all'attenta selezione dei brand e scegliendo uno Special Guest dal profilo attuale come il designer coreano YOHANIX, al secolo Yohan Kim, coreano di nascita, che si è formato al London College of Fashion e dopo un'importante esperienza da Balmain a Parigi, ha lanciato il suo marchio nel 2009. "L'evoluzione e la continua crescita di WHITE, in questi quattro anni - dichiara l'assessore alla Moda e Design Cristina Tajani - dimostrano come la collaborazione con il Comune di Milano abbia permesso di valorizzare la creatività di tanti designer, che qui possono presentarsi al mondo sperimentando nuovi linguaggi espressivi che si tramutano in nuove opportunità di mercato e di stile. Con i suoi 500 brand presenti all'edizione di febbraio, WHITE conferma come sia vivo l'interesse degli operatori italiani, ma soprattutto stranieri nello scegliere Milano quale miglior vetrina per presentare le proprie creazioni. Con WHITE stiamo inoltre lavorando a un evento molto speciale per portare la moda dalle passerelle alla strada. Proprio dal cuore della città si potranno vedere le sperimentali creazioni del designer coreano Yohanix, Special Guest di WHITE". "Il grande lavoro di scouting che il nostro gruppo porta avanti da anni in tutto il mondo sta dando i suoi frutti. E non è certo un caso che Yohanix, il designer coreano Guest Designer di questa edizione, abbia scelto le passerelle di New York e subito dopo WHITE per svelare la sua nuova collezione - spiega Massimiliano Bizzi fondatore di WHITE -. Una scelta importante legata a una nuova percezione di Milano e della sua fashion week che nelle ultime due stagioni si è distinta per la vivacità dei suoi eventi e delle collezioni proposte. Una città sempre più dinamica, dunque, capace di attrarre compratori e stilisti di tutto il mondo e anche gruppo dei new designer cinesi che rappresentano il fermento di un mercato nel quale White sta lavorando da tempo". Nata per incentivare giovani brand agli esordi è la sezione INSIDE WHITE con l'INSIDE WHITE AWARD, riconoscimento conferito da un opinion leader del sistema moda che sceglie un vincitore cui verrà regalato durante l'edizione successiva di WHITE un proprio spazio interamente dedicato. Per i buyer più attenti alla ricerca la vetrina underground del BASEMENT espone i marchi più sperimentali della scena internazionale con presenze come il designer danese Henrik Vibskov, Barbara Alan, Simona Tagliaferri e il knit brand Boboutic. Nel Tortona 35 Hotel Nhow sono protagoniste collezioni donna contemporary più commerciali aggiornate sulle ultime tendenze e un'area dedicata ai migliori designer del Portogallo. Una sezione speciale di fashion BIJOUX e marchi cutting-edge, selezionati da WHITE e Birik Butik come Maya Moma, Opella, MVP e Flaminia Barosini, tanto per citarne alcuni. Continua inoltre il progetto per scoprire la moda dei Paesi emergenti: questa edizione è di scena il Portogallo con Moda Lisboa|Lisboa Fashion Week che porta a Milano i designer Carlos Gil, Hugo Costa e Pedro Pedro. Fiore all'occhiello della location il designer ALBERTO ZAMBELLI, brand in forte espansione sul territorio asiatico che presenta in anteprima la sua collezione. Infine in Tortona 54 Ex Ansaldo il casualwear incontra il mondo del fashion con una vasta proposta di accessori. La Yellow Area ospita una selezione di collezioni easy to buy e il BEAUTY, un'area dedicata a marchi indipendenti, profumeria artistica e prodotti innovativi nel campo della bellezza e del benessere con brand come Francesca Dell'Oro Parfum, Morph, Teatro Fragranze Uniche. Sempre in Tortona 54 gli occhiali come parte integrante di un look alla moda, diventano essenziali per il brand mix proposto da WHITE che ha selezionato i migliori marchi eyewear di tendenza come Sunboo, Spektre, Delirious Eyewear, Jossa On The Rocks e Robot Eyewear.

Redazione