



Cool Trendy Mood

Ctm Magazine



Moda What's Up Design Salute e Bellezza Accessori Momenti Speciali Life Style Trendy look Sfilate Shopping

LE PRE-COLLECTION DONNA E IL NUOVO SPORTSWEAR PROTAGONISTI A WHITE MAN AND WOMAN



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) 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. L'Italia è un Paese leader nelle tendenze e WHITE è da sempre un salone con un dna votato alla ricerca e allo scouting continuo. Proprio per essere competitivi a livello internazionale WHITE Man and Woman mette in scena durante le due fashion week uomo, una selezione di aziende che sono già pronte a presentare anche le collezioni donna. Il risultato è un salone con un brand mix ancora più ricco di proposte stilistiche per buyer sempre più esigenti e veloci nell'acquisto sia per il retail tradizionale, sia per i nuovi online shop.

"I numeri dell'edizione Man and Woman dimostrano il successo di un format varato lo scorso giugno e che corrisponde a una risposta concreta del mercato. La crescita della sezione Only Woman e le diverse aree speciali sempre dedicate alla donna hanno dato conferma di una strategia volta a mixare aziende mediograndi con un prodotto strutturato con le pre-collezioni e una selezione tra le migliori label di ricerca.

Inoltre la sezione WOW in collaborazione con HIGHSNOBIETY e LUISAVIAROMA dimostra quanto stiamo crescendo sia a livello di qualità sia di numeri con un partner che apre un'importante finestra sul mondo web. Non a caso il progetto vede protagonista proprio la sezione WOW -WHITE ON WEB piattaforma dove convivono i designer più all'avanguardia con collezioni ad alto contenuto creativo con le nuove frontiere del web e della comunicazione. Grazie alla partnership con LUISAVIAROMA si possono capire meglio le dinamiche della moda e in particolare del buyer proprio in relazione al mercato dell'online retail. Il fatto che questa sezione sia collocata negli Spazi dell'Ex Ansaldo dimostra come l'evento Man and Woman stia raggiungendo quello della donna." Dichiarò Massimiliano Bizzi fondatore di WHITE.



Da sinistra: Brenda Bellei - AD M.Seventy - Assessore Mauro Parolini - Regione Lombardia - Massimiliano Bizzi - Founder di WHITE - Assessore Cristina Tajani - Comune di Milano - Mario Dell'Oglio - Presidente Camera Buyer - Nicolas De Contades - Founder GarpArt - Maurizio Miri - Designer Maurizio Miri