

fashionmagazine.it

Sei qui: Home page > News > Saloni > White: +18% i visitatori esteri. Francesco D'Amico vince il premio Ramponi

NEWS MODA RETAIL PEOPLE AGENZIE TIMING SALONI JOBS



CERCA

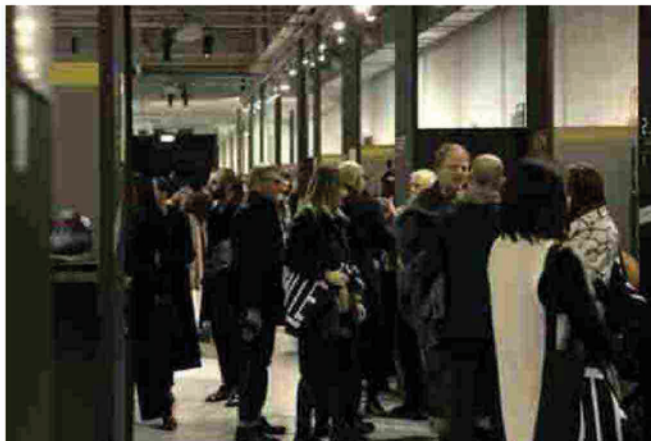
BILANCI FINANZA AZIENDE PERSONE DISTRIBUZIONE SALONI EVENTI MODA MERCATO

Precedente

Successivo

A MILANO martedì 17 gennaio 2017

White: +18% i visitatori esteri. Francesco D'Amico vince il premio Ramponi



Il salone della moda contemporary **White** archivia l'edizione Man+Woman dedicata al prossimo inverno, sfiorando i 10mila visitatori, per effetto di un aumento dei buyer esteri (+18%) e della tenuta del numero degli italiani.

In vetrina, a Milano in via Tortona, 270 marchi tra i quali 197 di collezioni femminili (tra queste una sessantina nella sezione "Only Woman").

Tra gli eventi della tre giorni torna il **Premio Ramponi**, un contest ideato e voluto da **Alfredo Ramponi**, che dà il nome all'azienda produttrice di cristalli sintetici e borchie per abbigliamento e accessori.

In questa edizione il vincitore è stato **Francesco D'Amico**, designer nato nel 1982 che ha fondato il marchio di calzature femminili **Damico Milano**. Le sue creazioni rispondono totalmente ai criteri di creatività, innovazione, ricerca e progettualità estetica rispetto alle logiche di mercato, richiesti dal concorso.

A catalizzare l'attenzione è stata anche la sfilata/evento di **Wood Wood**, nel calendario di **Camera Moda**. Il brand danese, in capo a **Karl-Oskar Olsen** e **Brian SS Jensen**, ha portato a Milano una delle espressioni del fashion nordeuropeo, presente anche nell'area **Revolver Inside White**, creata in collaborazione con il salone danese **Revolver** (omologo scandinavo di White).

«I considerevoli risultati raggiunti da questa edizione - commenta **Massimiliano Bizzi**, fondatore e presidente di White - dimostrano che stiamo andando nella giusta direzione e ci spingono a fare sempre di più e meglio. L'aumento importante dei buyer esteri è il risultato di un lavoro progettuale che ci ha portato a promuovere la manifestazione assieme a **Ice** e che si esprime nel successo dei road show in tutto il mondo».

«I dati di affluenza - ha aggiunto **Bizzi** - confermano che la scelta innovativa di presentare contemporaneamente il menswear e le anticipazioni delle collezioni femminili è premiante per il salone e per Milano come hub di riferimento per la moda. La collaborazione con il **Comune** e la **Camera Nazionale della Moda Italiana** dimostra la volontà della rassegna di crescere, in sintonia con le istituzioni».

e.f.