

Dal 28 febbraio al 2 marzo accessori, occhiali e gioielli al White di Milano

19 febbraio 2015 | Rita Caridi

Accessori, occhiali, gioielli e profumi di scena a White, il salone leader della moda donna 'contemporary'



480 sono i brand di abbigliamento ed accessori che esporranno le loro novità nelle tre location di Via Tortona 27-35-54 dal 28 febbraio al 2 marzo. Negli spazi di Tortona 27, guest designer sarà Piccione. Piccione, la giovane maison che fa capo a Salvatore Piccione, vincitore del concorso 'Who is on next? 2014' di Altaroma, che debutterà nell'area dedicata al new look-new style italiano. Tra le news internazionali presenti al salone svetta AG, il marchio denim haut de gamme, lanciato nel Duemila da Adriano Goldschmied e Yul

Ku. Il legame tra Milano e la capitale di tutte le tendenze, Londra, è sottolineato dalla presenza al salone di showroom come Six London e Vald Agency che hanno selezionato per White i migliori marchi di tendenza come Opening Ceremony, Markus Lupfer, Toga Pulla, Preen By T.B., Thakoon Addition, Swear London e Henrik Vibskov. Gli spazi di Tortona 35 ospiteranno il vigore creativo e il contagio delle idee grazie ai colori proposti dalle collezioni DouDou.

La stessa area ospiterà White Glasses, la sezione dedicata agli occhiali di ricerca che presenta una selezione di nove marchi top del settore. Spazio anche alla nuova sezione, nata lo scorso mese di settembre, White Bijoux che presenterà 18 brand tra i più significativi della gioielleria contemporary. Debutti in via Tortona 35 anche per Anna K, Anton Belinskiy, Dmdv, Ksenia Schnaider e Omelya, cinque giovani stilisti ucraini che proprio nella location Tortona 35 espongono una selezione delle loro ultime creazioni.

Gli spazi di Tortona 54 faranno da sfondo alle essenze e ai profumi di Meo Fuscini, Histoires De Parfums e Teatro Fragranze Uniche e, per la prima volta, a Tesori del Campo con le sue creme eco-etichette fatte artigianalmente in un convento alle porte di Roma. Qui si accenderanno anche i riflettori su Inside White, la sezione open space più giovane ed effervescente del salone, animata da 21 nuove realtà imprenditoriali di ricerca che nel pomeriggio di domenica 1° marzo diventeranno le protagoniste della finale di Inside Award, il premio che White assegna alla migliore collezione presentata nell'area. "Il nostro obiettivo, comune alle istituzioni e agli addetti ai lavori, è quello di portare a Milano sempre più buyer internazionali. Questo è lo step prioritario di un progetto di espansione del salone, della città e dell'intero settore" afferma Bizzi. "Forti di un cambio dollaro-euro oggi favorevole stiamo investendo ancora di più nella promozione all'estero, nella consapevolezza che oggi il contemporary, un settore merceologico composto da quelle aziende medio-piccole che rappresentano la qualità e la creatività del più autentico made in Italy, ha dalla sua un potenziale di sviluppo decisamente maggiore rispetto agli anni scorsi. Perché la tendenza è il contemporary e White ne è vetrina mondiale e cuore pulsante".