

powered by



news, articoli...

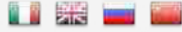
Cerca

HOME | COVERSTORY | SFILATE | INTERVISTE | RETAIL | STRATEGIE | FINANZA | CLASS TV MODA | RANKINGS



FASHION E LUXURY MADE IN ITALY

20 FEBBRAIO 2015



ULTIMO NUMERO / TOP STORIES / FOTO COLLEZIONI

20 FEBBRAIO 2015

Milano, White fa il pieno di espositori e prepara un'edizione da 500 brand

di Barbara Rodeschini

STAMPA INVIA



White, il salone di ricerca organizzato da M.Seventy con il patrocinio del Comune di Milano dal 28 febbraio al 2 marzo, si prepara ad accogliere circa 500 brand che racconteranno lo stile donna a-i 2015/16 su una superficie lorda di oltre 17.400 metri quadrati nelle tre location di via Tortona 27, 35 e 54. Guest designer di questa edizione è lo stilista siciliano di stanza a Londra Salvatore Piccione con la label Piccione.Piccione, mentre all'interno delle singole sezioni del salone si identificano special guest del calibro di Rika (nella foto un look), il marchio della designer svedese Ulrika Lundgren, di DouDou per l'area jewels, di Naomi Goodsir per il beauty e di Manuela Arcari, che torna alla moda con la collezione di abbigliamento Collection Privée?RTW, optando per la stessa vetrina che in passato ha determinato il successo dei brand Ter Et Bantine e

Hache che la Arcari ha fondato e di cui è stata a lungo anima creativa. «White è nato da una nostra visione inedita sul mondo della moda», ha spiegato a MFF Massimiliano Bizzi, patron della manifestazione, «oggi White è il primo salone italiano per la moda donna e il terzo, a pari merito con Milano Unica, per il tessile italiano dopo theMicam e Pitti. È un risultato eccezionale che nasce da un lavoro importante sulla ricerca e che rappresenta un punto di riferimento insostituibile per il mondo della piccola e media impresa della moda. Quest'edizione siamo particolarmente soddisfatti per aver raggiunto un numero di espositori vicino ai 500, di cui oltre 300 italiani e di cui 135 nuovi. Non solo, abbiamo ricevuto il 10% di richieste in più per partecipare rispetto a settembre 2014 e questo da un lato ci gratifica perché vuol dire che il metodo White è vincente ma ci fa anche ben sperare in una nuova voglia di fare impresa in Italia». Nato in quello che viene definito come il Tortona fashion district, White oggi punta a potenziare la reputazione di un quartiere che è diventato protagonista dello stile. Tra le novità della nuova edizione di White ci sarà anche la comunicazione: all'interno dell'area dedicata a Wow-White on Web, curata da Red Milk, sarà ospitato Lampoon, progetto editorial-digitale diretto da Carlo Mazzoni.

(riproduzione riservata)