



LUNEDÌ, 23 MAGGIO 2016

WHITE CRESCE: A GIUGNO ANCHE I BRAND NORDEUROPEI

di Cristiana Schieppati



Forte di una presenza di 250 brand, WHITE – salone patrocinato dal Comune di Milano – cresce sul segmento precollezioni con Semicouture special guest e Vivetta special event. Un salone sempre più internazionale: parte la collaborazione con la fiera Revolver di Copenaghen che porta 12 brand nordeuropei a WHITE e il danese Soulland come guest del progetto. Special Guest per il Menswear è il cinese Sankuanz per la prima volta in Italia. Importanti sviluppi per il progetto WOW by Highsnobiety e LUISAVIAROMA, che arriva a Milano con FIRENZE4EVER e una capsule collection See now Buy now. Guest dell'area Sportswear è Acynetic il nuovo progetto athleisure di Adriano Goldschmied.

In un momento di grande cambiamento per il sistema moda dove si ripensano le formule di presentazione e vendita delle collezioni WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS + MENSWEAR si conferma essere il salone più pionieristico sulle tendenze, presentando a giugno una selezione accurata di precollezioni donna e brand uomo tramite aree dedicate in Via Tortona 27 (Superstudio) e 54 (spazio Ex Ansaldo). E' cresciuta ONLY WOMAN, sezione esclusivamente dedicata alle collezioni donna che, giunta alla terza edizione, presenta 50 marchi, occupando una posizione sempre più strategica all'interno di Via Tortona 27, proprio per supportare i buyer nella ricerca di questo segmento preview donna, capace di generare importanti fatturati. All'interno del salone è sempre più forte la presenza delle linee donna nelle diverse sezioni. Si rivela vincente la formula varata da WHITE di Man + Woman che offre alle aziende la possibilità di portare entrambe le collezioni uomo e donna all'interno dello stesso spazio: in questo modo il salone arriva ad avere 185 collezioni donna.

Non solo un format espositivo: WHITE vuole offrire ai suoi brand una piattaforma multi-canale off/online con un brand mix sempre più mirato a soddisfare le esigenze dei buyer e supportato da strategie e collaborazioni internazionali, che spaziano dai digital media (come il magazine Highsnobiety) alla fiera Revolver di Copenaghen, fino a retailer come LUISAVIAROMA che venderà in esclusiva nel suo store e online una capsule realizzata dai designer dell'area WOW. Special Guest per ONLY WOMAN – la sezione che ospita solo le collezioni donna – è SEMICOUTURE, nuovo progetto made in Italy a cui sarà dedicata un'importante area all'ingresso del salone. SEMICOUTURE è una nuova idea di collezione pensata per chi ama la moda artigianale e la reinterpreta in chiave moderna e pop e che veste in maniera trasversale donne che vivono in ambienti urbani e che non rinunciano ad un tocco fashion e moderno. "La Spring Summer 2017, seconda stagione del progetto SEMICOUTURE, viene presentata a WHITE in uno spazio dedicato ed esclusivo che racconta il mood di un total look di ispirazione fresco e femminile, arricchito da contaminazioni che arrivano dal mondo Sportswear e Militare."

Ha dichiarato la designer del brand in occasione della presentazione della collaborazione con WHITE Milano. Uno Special event per le precollezioni donna sarà dedicato alla designer Vivetta, che presenterà la sua collezione Resort 17 ispirata ad un'anima bohémien e sofisticata, ma al contempo eclettica e surreale, con un happening non convenzionale nei giardini di WHITE e una particolare installazione all'interno del salone. Con questo progetto WHITE vuole ribadire il suo impegno nel promuovere le precollezioni donna durante le fashion week uomo di giugno e gennaio. Tra le presenze con le precollezioni donna sono da segnalare quelle di importanti aziende francesi come Parakian Paris, Cacharel e Athè Vanessa Bruno, che puntano su collezioni sempre femminili dal tocco romantico e sofisticato, ma senza perdere di vista il lifestyle di una donna che ama il colore e la praticità. Ponte tra Francia e Italia è Maison Olga, collezione di maglieria che dal 2011 sintetizza il gusto francese con la capacità manifatturiera made in Italy. Tra i protagonisti dell'area è Ultràchic, che proprio a WHITE ha avuto il suo trampolino di lancio grazie a Time Award. Oggi il marchio è presente in oltre 150 top shop nel mondo.

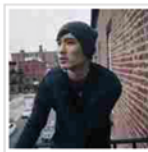
E ancora Douud azienda che propone un total look donna elegante, capi realizzati con materiali semplici e confortevoli. Debutta inoltre la nuova collezione donna MISHAP, disegnata dal team creativo del gruppo Robiz, che sarà presentata all'interno della special area Collection Privée? Proprio la possibilità di esporre uomo e donna insieme rappresenta un importante fattore di crescita del salone che vede presenti numerose aziende sia di abbigliamento, sia di accessori. Special project per la sezione Man and Woman è Labo.Art – fondato da Ludovica Diligu – che debutta a WHITE per presentare in anteprima assoluta la collezione uomo insieme alla pre-collezione donna. L'offerta merceologica del salone nella sezione Man and Woman è sempre più ampia con aziende che spaziano dal total look come AMEN, Novemb3r, Thom Krom passando per le borse e zaini performanti di Nocturnal Workshop, ai marchi di occhiali, come Linda Farrow e Robot, le scarpe The Last Conspiracy e i cappelli modellabili in feltro No Hats. Sempre nel segno del mix tra i generi è l'area SPORTSWEAR dove è paradigmatico il riaffermarsi della tendenza agender. All'Ex Ansaldo – Tortona 54 è presente un'attenta selezione di brand in cui si fondono la dimensione active con l'ispirazione moda. Guest della sezione è Acynetic, il nuovo progetto di Adriano Goldschmied che vuole creare un ponte tra mondo sport e fashion con uno stile che è stato definito athleisure. Tra gli altri brand presenti nella location: Daily Paper, fondato ad Amsterdam nel 2012, che si caratterizza per l'uso eclettico dei materiali, Huf che mette insieme ispirazioni streetwear, calzature e skateboard, Les Geometries con capi dalle performance tecniche che ci accompagnano dalla palestra all'aperitivo.

Non mancano infine aziende più consolidate come Superga e ASIF (As Seen In The Future). L'area sarà per l'occasione allestita in collaborazione con Technogym. WHITE continua la ricerca nella moda cinese con SANKUANZ, brand creato da Shangguan Zhe, classe 1984, che è lo Special Guest per la sezione Menswear. Il designer arriva per la prima volta in Italia con la sua collezione e un'installazione dedicata. Ha partecipato nel 2014 all'International Woolmark Prize ed è stato finalista del LVMH Prize nel 2015. Si presenta con un'estetica genderless dal gusto pop, grazie al mix di grafiche e forme decostruite. Silhouette oversize in contrasto con tagli sartoriali, stampe giocose per mettere in discussione le logiche dell'abbigliamento maschile tradizionale. Parte a giugno la collaborazione con il salone REVOLVER di Copenhagen che porta a WHITE 12 brand dell'area Nord-Europea, oltre a numerosi retailer di riferimento di quell'area che hanno confermato la visita al salone (Vedi comunicato allegato).

Tra questi è stato scelto il designer danese Soulland, che avrà un'area speciale come Revolver Guest e un evento dedicato. Sempre nel segno dell'apertura internazionale cresce il progetto WOW – White On Web by HIGHSNOBIETY con la collaborazione di LUISAVIAROMA, che per la prima volta da Firenze arriva a Milano con "FIRENZE4EVER" grazie a una capsule collection realizzata dai designer di WOW che sarà esposta in anteprima a Firenze all'interno dello store LUISAVIAROMA e poi in mostra a Milano con una speciale installazione nell'area WOW, in via Tortona 54 – Ex Ansaldo. I brand selezionati sono: 3.Paradis, Black Rabbit, Grind London, Nilmance, The Incorporated, ZDDZ, C2H4 L.A, GCDS, Ne.Sense, New Future London (Vedi comunicato allegato). Lo scouting di WHITE non si ferma qui. Sabato 18 giugno giorno di apertura di WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS + MENSWEAR all'interno dell'Area Lounge saranno presentati i 10 finalisti del progetto Time Award e proclamati i due vincitori (Vedi comunicato allegato). Tra le importanti novità della seconda edizione di Time Award la partecipazione di top buyer americani, che grazie anche al supporto di ICE, offrono ai due vincitori 3 trunk show all'estero per sviluppare ulteriormente il proprio business.



AMEN



BROWN ALLAN



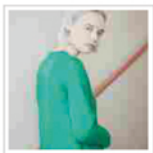
CACHAREL



DAILY PAPER



DIMA LEU UOMO



DIMA LEU



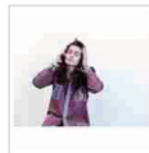
HYPERGRAND



IKIJI



LES GEOMETRIES



LUPE



OSHADI



RAINS BY REVOLVER



SANKUANZ



SEMICOUTURE



SHIRTSTUDIO



THE INCORPORATED



ULTRACHIC



Yellow Red Kurbits



WTRLONDON



ZDDZ