

MAMe

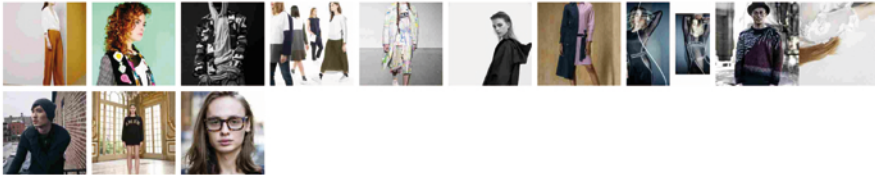
estetica metropolitana, dalla A alla Zip

MILANO ARTE MODA HOME SPETTACOLO ▾ DESIGN LIFESTYLE



MODA @ MAG 24, 2016

IL SALONE WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS + MENSWEAR



WHITE: L'EVENTO FIERISTICO DI RIFERIMENTO PER LE PRECOLLEZIONI DONNA E IL MENSWEAR CONTEMPORARY DURANTE LA FASHION WEEK DI MILANO.

Sempre più brand aderiscono alla manifestazione, esattamente 250 all'edizione che sta per avere inizio il mese prossimo di **White**, il salone patrocinato dal **Comune di Milano** dedicato alla precollezioni, che avrà Semicouture special guest e lo special event di Vivetta. Un salone sempre più internazionale, parte infatti la collaborazione con la fiera Revolver di Copenaghen, che fa sì che 12 brand nordeuropei partecipino a White, e il danese **Soulland**, come ospite del progetto. Lo special guest per il Menswear è il brand cinese **Sankuanz**, che con questa partecipazione fa il

suo debutto in Italia. Importanti e concreti sviluppi con il progetto **WOW by Highsnobiety** e **LUISAVIAROMA**, che arriva a Milano con **FIRENZE4EVER** e la capsule collection **See now buy now**. Per quanto riguarda l'area dedicata allo Sportswear è Acynetic il nuovo progetto athleisure di Adriano Goldschmied.

In un momento di decisivo cambiamento per il sistema moda, dove si ripensano le formule di presentazione e vendita delle collezioni, White Women's PreCollections+ Menswear si conferma come il salone più pionieristico sulle tendenze, presentando a giugno una selezione accurata di precollezioni donna e brand uomo in Via Tortona 27 e 54, e cioè allo Superstudio e allo spazio Ex Ansaldo. È cresciuta **ONLY WOMAN**, sezione esclusivamente dedicata alle collezioni donna, giunta alla terza edizione, che presenta ben 50 marchi e occupa una posizione sempre più strategica nello spazio del Superstudio, per supportare i buyer nella ricerca di questo segmento preview donna.

All'interno del salone è sempre più forte la presenza delle linee donna nelle diverse sezioni. Si rivela vincente la formula scelta da **WHITE** di Man + Woman che offre alle aziende la possibilità di presentare entrambe le collezioni uomo e donna all'interno dello stesso spazio: in questo modo il salone arriva ad avere 185 collezioni donna. White non è solo un semplice format espositivo, ma offre 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, e alla sopra citata 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 cui sarà dedicata un'importante area all'ingresso del salone. Si tratta di 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 essere alla mode e contemporanee.

Uno Special event per le precollezioni donna sarà dedicato alla designer **Vivetta**, che presenterà la sua collezione Resort 17, di cui vi abbiamo già mostrato tutti i look, 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 i brand che presenteranno 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 l'abilità 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 si riafferma la tendenza agender. All'Ex Ansaldo, che vi ricordiamo si trova in Via Tortona 54, è presente un'attenta

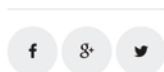
selezione di brand in cui si fondono la dimensione active con l'ispirazione moda. Guest della sezione è **Acynetic**, il nuovo progetto di **Adriano Goldschmied** che vuole creare un ponte tra mondo sport e fashion con uno stile che è stato definito *athleisure*. Tra gli altri brand presenti nella location: 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**.

Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE, commenta così: «Milano deve sviluppare una strategia sulle precollezioni donna per essere sempre più competitivi a livello europeo sul segmento preview. Ad oggi WHITE è l'unico salone italiano che crede nelle precollezioni donna con un'area dedicata e un evento speciale in cui sarà protagonista la designer Vivetta. Inoltre nel presentare uomo e donna insieme, siamo stati i primi ad offrire la possibilità alle aziende di portare le loro collezioni maschili e femminili all'interno di un unico spazio, per ottimizzare tempi e costi con la formula WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS + MENSWEAR. »

WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS+ MENSWEAR

DAI 18 al 20 giugno 2016

Superstudio, Via Tortona 27, e Spazio Ex Ansaldo, Via Tortona 54, Milano



Acynetic, AMEN, ASIF, Athè Vanessa Bruno, Cacharel, Comune di Milano, fashion, founder, home slider, Maison Olga, Massimiliano Bizzi, menswear, milano, MISHAP, Oshadi, precollection, Revolver, Salone, Sankuanz, SEMICOUTURE, Soulland, Superga, Technogym, The Incorporated, ultràchic, White Milano, WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS+ MENSWEAR, women's wear