

Questo sito contribuisce alla audience di

QN**QN** NEWS SPORT MOTORI DONNA FASHION LIFESTYLE SPETTACOLO TECH HD SERVIZI**Pink Italia** Milano Roma Bologna Napoli Palermo Firenze

| MODA | BELLEZZA | LAVORO | MAMMA | CASA | RICETTE | MATRIMONIO | LIFESTYLE | SEX&LOVE | SALUTE | PINK POWER

Milano, moda e giovani talenti protagonisti al WHITE Man and Woman



WHITE Man and Woman, il salone, che fonda il suo concept nella felice combinazione e alternanza tra collezioni maschili e femminili (a parte la sezione Only Woman) vede un numero sempre crescente di visitatori provenienti soprattutto da Giappone, Cina, Corea e Nord Europa. A questa edizione sono circa 231 i brand presenti che occupano le due location di via Tortona 27 (Superstudio) e 54 (spazio Ex Ansaldo) con una superficie allestita di 13.000 mq a Milano dal 16 al 18 gennaio 2016.



WHITE è un vero punto di riferimento per gli addetti ai lavori che da tutto il mondo si ritrovano a Milano durante le fashion week, un salone con un brand mix ancora più ricco di proposte stilistiche per buyer sempre più esigenti e veloci nell'acquisto sia per il retail tradizionale, sia per i nuovi online shop.



"Milano si prepara ad accogliere uno degli eventi più attesi dagli operatori del settore - ha sottolineato l'Assessore alla Moda e Design Cristina Tajani - Come già accade da diverse stagioni, anche quest'anno il salone di via Tortona dedicato alle collezioni uomo presenterà alcune capsule e precollezioni donna, rendendo questo appuntamento sempre più ricco e internazionale. La nostra città si conferma così costantemente attenta ai trend e sempre più orientata alla valorizzazione dei giovani talenti creativi".



White rappresenta la rassegna moda donna principale in Italia ed una delle più importanti in Europa e stiamo lavorando al fianco delle istituzioni per internazionalizzare sempre più le aziende medio piccole che rappresentiamo" - commenta Brenda Bellei, CEO di M.SEVENTY e WHITE.

WHITE Man and Woman (nelle due edizioni di gennaio e giugno) punta sulla sezione ONLY WOMAN che si amplia notevolmente rispetto alla scorsa edizione con una presenza di circa 40 brand internazionali. Un dato che dimostra la crescente importanza delle pre-collezioni,

Il fatto che questa sezione sia collocata negli Spazi dell'Ex Ansaldo dimostra come l'evento Man and Woman stia raggiungendo quello della donna." Dichiarò Massimiliano Bizzi fondatore di WHITE.



Tra i protagonisti nella sezione ONLY WOMAN con una special area è la collezione MES DEMOISELLES, marchio fondato a Parigi nel 2006 da Anita Radovanovic, che con la sua estetica neo-romantica e bohemien ha portato una ventata di freschezza nel guardaroba femminile, conciliando comfort e preziose lavorazioni hand made. Un brand che sta riscuotendo un forte successo a livello internazionale e che è disponibile in esclusiva in Italia per i buyer di WHITE.



CALLENS marchio italiano che concilia sport e fashion con le sue sofisticate collezioni di leisurewear che si ispirano alla storia delle donne più famose in ambito atletico. Capi essenziali per tutti i giorni, che regalano libertà di movimento, stile e qualità senza compromessi. Partendo da un'ispirazione activewear, CALLENS propone collezioni dai tessuti traspiranti e piuma, che esaltano la silhouette del corpo e riflettono un equilibrio assoluto tra elementi sportivi e femminilità per le più diverse situazioni climatiche e occasioni d'uso.

Tra i rientri si segnala una special area only woman di MAURIZIO PECORARO che si distingue per le sue presentazioni sempre ricche di riferimenti all'arte e al design. A questa edizione sono numerose le special area dedicate alle collezioni donna con presenze importanti come CACHAREL e NORTH SAILS.

Sempre nelle pre-collezioni donna si segnalano i marchi con twist più artistico come ALMAZ, brand di lusso edgy e sperimentale nato in Romania in cui si fondono i valori della tradizioni con silhouette e dettagli all'avanguardia; su sottili contrasti estetici gioca ATTIC AND BARN che presenta collezioni con stampe a colori tra uso quotidiano e demi-couture e MOMONI', brand di total look dal gusto francese, che insieme ad primo appartiene al gruppo veneto Nyky.

Infine non mancano nuovi progetti come GARPART nato dalla passione per l'arte contemporanea e in particolare per il disegno.

La formula Man and Woman si rivela vincente per numerose aziende che riescono a ottimizzare tempi e costi presentando le loro collezioni maschili e femminili all'interno di un unico spazio. Non solo un format espositivo, ma una piattaforma di comunicazione multi-canale off/online sviluppata da WHITE per offrire alle aziende un servizio sempre più completo.

Articolo scritto da redazione