



White – Febbraio 2015: un bilancio

White Febbraio, la rassegna internazionale della moda contemporary patrocinata dal Comune di Milano, ha chiuso la sua edizione autunno-inverno 2015/16 con 19.250 presenze totali e registrando un incremento dei buyer pari al 10%, rispetto all'edizione di febbraio 2014.

I compratori italiani crescono del 13%, e quelli stranieri, provenienti dal lontano Far East aumentano del 3%. In Europa prevalgono tedeschi e svizzeri, ma si percepisce frizzante movimento tra rappresentanti provenienti da ogni angolo del Vecchio Continente.

Oltre mille giornalisti accreditati accentuano la significativa presenza della stampa in tutte le tre aree espositive.

Tortona 27, Tortona 35, Tortona 54, inaugurate sabato 28 febbraio dall'Assessore alla Moda e al Design Cristina Tajani, hanno ospitato un brand-mix maturo ed eterogeneo, rappresentato da 485 marchi di abbigliamento, accessori, eyewear e cosmesi.

Grande successo per gli special guest come Piccione.Piccione, – ospite della sezione Nuovo Prêt à porter italiano – DouDou, Naomi Goodsir e Collection Privée, RTW in collaborazione con la designer Manuela Arcari.

Sempre attento ai progetti di comunicazione, White ha allestito inoltre un vero e proprio studio per le riprese video, a cui è stata assegnata una sigla del significato bivalente: WOW – White on web.

Grazie a questo nuovo e straordinario surplus che White ha regalato ai suoi visitatori, è stato possibile realizzare una serie di interviste e servizi fotografici per una sezione interamente dedicata all'Italian Contemporary Designers, animata dalle collezioni di "Comeforbreakfast" per l'abbigliamento, Coliac by Martina Grasselli per le calzature, Hapter per gli occhiali, Officina De Poggio per le borse.

Concepito per promuovere le eccellenze attraverso i principali canali web e i suoi influencer, il progetto è frutto della collaborazione tra White e importanti testate quali Redmilk e Lampoon.

Molto apprezzato il corner con i designer Anna K, Anton Belinskiy, Dmdv, Ksenia Schnaider e Omelya, cinque giovani stilisti ucraini che nella location Tortona 35 hanno esposto una selezione delle loro ultime proposte.

Grande successo anche per le sezioni White Bijoux e White Glasses, mentre White Beauty ha portato in Tortona 54 molte new entry della profumeria artistica e della cosmesi di ricerca.

Domenica 1° marzo si è inoltre svolta la premiazione dell'area Inside White: la giornalista Cristina Manfredi ha premiato il brand Jimi Roos con i suoi WHITE MILANO – bomber ricamati realizzati dall'omonimo designer e dal socio Cristiano Foderaro, e Lancia Ypsilon, sponsor e auto ufficiale di White per la seconda volta, ha partecipato alla rassegna con una fashion city car customizzata, caratterizzata sauna black leather borchiata.

«La grande energia che il Tortona Fashion District con le sue tre location di White» afferma Massimiliano Bizzi, fondatore del salone «ha confermato il successo dello scorso gennaio e rappresenta un grande auspicio per il futuro di Milano, sempre di più un riferimento primario per il fashion system internazionale. Le strategie in campo economico messe in atto dal Governo e il cambio favorevole euro-dollaro lasciano, inoltre, sperare di arrivare a ulteriori e importanti risultati, da perseguire con impegno, programmazione e con il grande lavoro di tutti gli organizzatori della Milano Fashion Week».

di **Camilla Olivieri**