

modeles.FR

People | Marques | Tendances - Trends | Mannequins | Cosmétiques | Shopping+ de
Carolyn | News | Photo
Automobiles | Motos | Bateaux | ModeCinéma | Hôtels | Voyages | Plaisirs de la
Table | Bien être

WHITE MILANO : *Highlights 19-22 septembre 2019*

Plus qu'un salon professionnel, WHITE est la plateforme de référence pour le prêt-à-porter féminin, capable de focaliser l'attention des acheteurs du monde entier, des insiders, de la presse, mais également des nouvelles catégories d'information comme les réseaux sociaux et les influenceurs. Le salon regroupe à Milan plus de 600 collections à chaque édition, en contribuant à la consolidation de la ville au premier plan du fashion system, grâce notamment à ses 27 mille visiteurs par saison. Parmi eux, les principaux acteurs internationaux de la mode féminine. La présentation des collections se situe près de Tortona, quartier au cœur de Milan, où la manifestation occupe 4 grands lieux historiques. Il s'agit d'anciens établissements industriels sur une surface d'environ 20 mille m² d'exposition : Superstudio Più (ex usine Nestlé) 27 rue Tortona 27, l'Ex Ansaldo | BASE 54 rue Tortona, Nhow hotel 35 rue Tortona et le 31 rue Tortona | Opificio, qui se compose, à son tour, de 4 prestigieux espaces caractérisés par un fort design post industriel du début du 20ème siècle. Ce quartier est riche d'histoire et connu dans le monde entier car c'est là qu'a lieu le off du salon du meuble pendant la « design week ».



Grande attention à la durabilité, focus sur la recherche et le scouting international - avec un brand mix toujours plus poussé avec 200 nouvelles propositions à chaque salon - capacité de renouvellement de l'offre des boutiques et de parler aux nouvelles générations de consommateurs : voici quelques aspects qui caractérisent WHITE MILANO.

«WHITE a consolidé son rôle de plateforme de référence internationale, avec une augmentation constante à chaque édition – déclare Brenda Bellei, Ceo de WHITE et de M.Seventy – et représente aujourd’hui le principal rendez-vous italien de la mode féminine dans un contexte où Milan est la capitale mondiale de la distribution. Le salon est visité par les acheteurs mondiaux les plus influents et notre équipe vise à augmenter encore plus la présence d’acheteurs internationaux, en augmentant les stratégies de marketing, les investissements et le voyages de prospection. Grâce également à d’importants partenariats institutionnels avec le Ministère du Développement Economique, La Région Lombardie, la Commune de Milan, la Chambre de la Haute Couture italienne, la Chambre des acheteurs et la Confartigianato Imprese nous développons, édition après édition, de nouveaux projets et opportunités de business pour nos exposants ».

NOUVELLES DATES

L'une des nouveautés importantes de l'édition de septembre 2019 est le changement de dates. En effet, WHITE anticipera et ouvrira le jeudi 19 septembre, afin d'accueillir toujours plus d'acheteurs internationaux. Ce positionnement est stratégiquement au cœur de la fashion week et tient compte des exigences des acheteurs, afin de leur permettre de bénéficier pleinement des opportunités offertes par la manifestation.

WHITE SPECIAL GUEST

WHITE Milano choisi comme spécial guest du salon de septembre, Munè. De la fantaisie du **designer Japonais Munenori Uemuro** est né, en 2018, cette marque conçue à Milan et caractérisée par un équilibre parfait entre unicité et simplicité. La créativité de Munenori réside dans le folklore féminin vintage associé à des accents empruntés aux vêtements de travail masculins. Déjà créateur pour la mode féminine de Jil Sander, **Uemuro a donné une nouvelle signification esthétique à la chemise**, source d'inspiration de ses collections, caractérisée par une élégance naturelle, des détails artisanaux et un confort intelligent. La pièce principale de chaque garde-robe, acquiert, alors, une nouvelle signification dans l'interprétation, dans le signe de d'une **élégance distinctive**. Les matériaux choisis pour modeler sa créativité sont sélectionnés parmi les meilleurs fournisseurs italiens, comme les tissus pour la chemiserie de Thomas Mason by Albini. « Je suis très heureux d'avoir été invité par White Milano – **déclare Munenori Uemuro** – Muné est une collection à peine née et à besoin de toute l'attention des acheteurs et de la presse qui pourra dériver de cette collaboration. Je remercie Massimiliano Bizzi de me donner l'occasion de présenter ma marque en avant-première ». Des coupes nettes, des volumes bien définis et l'analyse schématique du poids de chaque vêtement sont au centre de ce projet de design.

INSPIRATION ARTISTIQUE

Quatre idéaux féminins qui incarnent les multiples âmes du salon : le contemporain, les affaires, le young and glam et le street & fashion sont soulignés par l'illustratrice polyvalente et directrice artistique Lucia Emanuela Curzi. **WHITE**, de cette façon, **ajoute une émotion supplémentaire au salon de septembre 2019**. C'est une installation organisée exclusivement par le salon, avec le signe élégant et extraverti de Lucia, caractérisé par des lignes d'encre de chine noire et de soudains éclats de couleur. Protagoniste de la scène créative londonienne et Milanaise, **Lù a déjà réalisé pour le salon le symbole de la prochaine saison : une agile et sinueuse leggy girl, qui reflète parfaitement la philosophie esthétique et la recherche de WHITE MILANO.**

WHITE FOCUS

Tortona 27|**Superstudio Più est un croisement de créativité**, de recherche et d'avant-garde stylistique. Où l'on retrouve le talent créatif des marques comme : **Laura Theiss, Pierre-Louis Mascia, Attic and Barn et Sofie D'Hoore**. Mais il y a également des marques comme **Closed, United Nude, Laura Aparicio, Lun Yee, Goose Tech, Myths, Anthology Paris et Lenora Scarpe di Lusso**. Dans Superstudio Più on rencontre **l'Inside WHITE**, section réalisée afin de favoriser le dialogue entre les nouveaux talents du fashion system, comme **Çaplait** et les acheteurs internationaux. Ici il y a également un focus sur le **beachwear et le resort**, qui offre

la perspective la plus ample sur les vêtements et les accessoires dédiés à l'été. Parmi les "highlights" de la section il y a des marques premium comme Los Trapitos al Sol et Mermazing exclusive swimwear. **Le Basement est un véritable contenant de narrations esthétiques** et de saveurs internationales et contemporaines, avec des marques comme **Gayeon Lee, August, Triinu Pungits**; Alors que **WHITE Jewels** est la vitrine de prédilection de designers internationaux de bijoux. Au 54 de la rue Tortona, **Ex Ansaldo | BASE** c'est l'adresse de référence du commerce international, avec une proposition d'exposition moderne et féminine, parmi lesquels vous pourrez découvrir, entre autres, **Essentiel, Humility, Na-Kd, Liv Bergen, Nou Noumeno Concept, MC2 Saint Barth, Stella Tures, Mou et Caramí**. Dans l'unique **design set d'hôtellerie de CASA BASE** sera mis en scène **WHITE Studio**, focalisé sur les propositions des marques les plus représentatives de la nouvelle vague du prêt-à-porter italien, sélectionné par le top des distributeurs nationaux. Organisé en plusieurs espaces d'exposition, **Tortona 31 | Opificio** réunit différentes zones pour différents messages de mode, alors que dans l'hôtel **Nhow**, au 35 de la rue Tortona seront mises en scène les évolutions les plus récentes du womenswear, dans un parcours renouvelé, qui présente des labels comme **Molly Braken, FRNCH Paris, La Fée Maraboutée, Urbahia Paris, I Am Ann, Marlon et beaucoup d'autres encore**.

WHITE ARCHIPRODUCTS

Tortona 31/Archiproducts est l'espace où le design rencontre la mode. Un fort impact émotionnel, il devient le scénario idéal pour présenter un projet spécial, conçu en collaboration avec la chambre italienne des acheteurs. **Les marques de tendances – indiqués par le top des acheteurs de la CBI – animeront les vitrines sur la rue avec des animations sélectionnées pour l'occasion** ; des installations particulières multimédia raconteront le monde du détail et l'héritage des boutiques. Les collections complètes des marques exposées pourront être admirées dans le parcours du salon. Au niveau supérieur, **un point de rencontre et de networking, où le top des acheteurs italiens et internationaux pourront converger, les marques et la presse internationale.** Le but de ce format est de **promouvoir au niveau international la stratégie entre marque et le top des détaillants**, à travers la sélection et l'exposition de marques contemporaines et innovantes, aussi bien aux professionnels qu'au grand public.

SHOWROOM CONNECTION #SHAREABLE

En septembre, l'un des projets importants est **Showroom Connection**, conçu par WHITE afin de **connecter et de promouvoir dans le salon, les entreprises avec leur showroom** respectifs. Depuis toujours, la manifestation souhaite être un point névralgique de jonction entre marques et showroom, en offrant des services spécifiques de marketing, d'image et de communication off et on line. Dans le cadre de cette action, la collaboration avec Vogue Italia est renouvelée avec le projet #Shareable.

Cette communication magnifiée, avec la direction créative de l'unité « **special Content Creation Unit** » de **Condé Nast**, offre à certaines marques sélectionnées l'opportunité de bénéficier d'une façon inédite et innovante de communiquer, en répondant aux exigences des marques afin d'obtenir de la visibilité en ligne, à l'aide de contenus photo et vidéo fortement attractifs et, offline, sur le salon, grâce au soin de l'espace d'exposition, selon les dernières tendances visuelles.

WHITE a donné au monde des salons de la mode une nouvelle clé d'interprétation grâce à deux caractéristiques précises : d'un côté le **scouting ciblé à la recherche des nouveaux**

langages de la mode internationale ; de l'autre, les aménagements de stands exclusifs, créés par Massimiliano Bizzi et caractérisés par un crossover entre art, design et culture.

MODELES.FR

[Retour à la Page sommaire](#)