



Questo sito utilizza i cookie per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Accetta il loro uso o Leggi di più.

Accetto

HOME CHI SIAMO CONTATTI ULTIMI ARTICOLI COOKIE E PRIVACY POLICY



PRIMO GIORNO DEI SALDI INVERNALI A MILANO. RILEVAZIONI DI FEDERMODAMILANO (CONCOMMEDIO MILANO)

BUONGIORNO

lifestyle magazine **online**

L'INVERNO NELLA NATURA DEI PARCHI DI DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA



ATTUALITÀ MODA BELLEZZA TURISMO ENOGASTRONOMIA CASA & DESIGN VIVERSANI CULTURA SPETTACOLI TECNOLOGIE SHO

WHITE MILANO CRESCE E TORNA DAL 22 AL 25 FEBBRAIO

FIERE

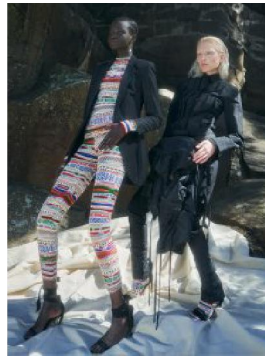
11 GEN, 2019



WHITE MILANO, appuntamento di riferimento per addetti ai lavori e trend searcher, si prepara per la fashion week donna dal 22 al 25 febbraio con un programma ricco di novità e un brand mix sempre più internazionale. Una selezione sempre più attenta e buyer oriented che si sviluppa nelle 4 location di Tortona 27 | Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel NHow e Tortona 54 | Ex Ansaldo per creare un percorso sempre più in linea con differenti esigenze di buying.

Proprio a segnare la crescente

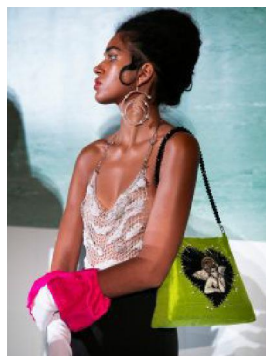
internazionalizzazione del salone è la scelta dello **Special Guest Strateas Carlucci**, brand australiano che prende il nome dai suoi fondatori Peter Strateas e Mario-Luca Carlucci. Per la prima volta a WHITE Milano, Strateas Carlucci presenterà in anteprima la sua collezione all'interno di una sala speciale in Tortona 27 | Superstudio Più. La label Strateas Carlucci ottiene sin dagli esordi il successo internazionale: tra i principali premi vinti, il National Designer Award, presentato da Tiffany & Co al Virgin Australian Melbourne Fashion Festival, e l'International Woolmark Prize. Merito di un'identità stilistica molto forte, che riesce a fondere elementi opposti, come sportswear e tailoring, in un gioco gender fluid ricco di sperimentazioni.



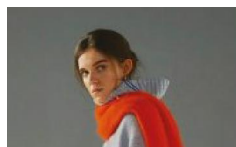
STRATEAS CARLUCCI

Tra i brand internazionali di rilievo presenti al salone troviamo la londinese **Clio Peppiatt**, ad oggi una delle presenze più interessanti nel panorama fashion esordiente, che con le sue creazioni sostenibili caratterizzate da ricami realizzati a mano e intrisi di femminilità contemporanea, celebra l'artigianalità, appresa anche grazie alla formazione presso Alexander McQueen e Matthew Williamson.

Tra le importanti novità dell'edizione di febbraio l'area **Knit Lab**, dedicata al mondo della



CLIO PEPIATT



CERCA ARTICOLO

Cerca

PAGINE SOCIAL



ARTICOLI PIÙ LETTI



maglieria e delle sue declinazioni creative. Presenza speciale dell'area è il knitwear d'avanguardia del brand **i-am-Chen**, fondato a Honk Kong dalla designer ZHI Chen nel 2017: una realtà giovane che ha già raccolto importanti successi, tra i quali la posizione di finalista all'International Woolmark Prize 2018/2019.



i-am-chen

ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona mese ▼



Paris Essex

Ad arricchire ulteriormente l'area Knit Lab sarà l'installazione di **Paris Essex**, in cui il knitwear supera i confini dell'estetica e delle lavorazioni tradizionali per diventare la materia prima di creazioni ad alto tasso creativo.

Altra importante novità è la **Lounge | Sphere**, l'area che interpreta una delle nuove tendenze del mercato internazionale: l'homewear. Uno spazio espositivo inedito, dove i buyer e i visitatori possono scoprire collezioni **loungewear e lingerie** unite ad una proposta **Beauty**, con il piacere del relax di una vera lounge.

Tra i brand della Lounge | Sphere si segnala **Fantabody**, fondato nel 2015 da Carolina Amoretti, fotografa di moda con base a Milano: le creazioni vantano l'alta qualità made in Italy, e risultano essere una mescolanza eclettica di athleisure, lingerie, nightwear, beachwear, ma con un twist di ironia e malizia.



FANTABODY



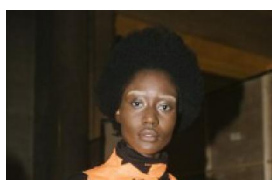
MARIEYAT

E ancora **Marieyat**, brand di lingerie, loungewear e swimwear, fondato da Maria Yat Wei Yeung, fashion designer nata ad Honk Kong, oggi basata a Londra, che ha raffinato l'esperienza stilistica presso le maison Hussein Chalayan e Yang Li. Le creazioni Marieyat celebrano la femminilità autentica, quella del corpo e dell'animo: il design è privo di cuciture per accompagnare le forme senza forzarle.

Tra le novità emergenti, i brand **A-Jane** e **Price On Request**, all'interno di **Inside WHITE**, la famosa sezione con cui il salone supporta l'incontro tra talentuose giovani proposte e i buyer internazionali alla ricerca di collezioni portatrici di un gusto di nuova generazione. **A-Jane** è il brand fondato da Alice Jane, una vera "fashion composer" che fa leva sul suo background nella composizione musicale contemporanea per creare capi caratterizzati da uno stile autentico, frutto di un design sperimentale.



A-JANE



Price On Request è il collettivo fondato in Croazia, nel 2016, da Gala Marija Vrbanic: il brand unisce il fashion design alla creazione consapevole, realizzando



PRICE ON REQUEST

collezioni focalizzate sulla funzionalità e orientate alla sensibilizzazione verso un consumo sostenibile.

Tra le **altre aree tematiche** si riconfermano le ormai consolidate **Bijoux e Glasses**, cui si aggiungono altre novità come **"Shoes on Stage"**, che presenta le nuove proposte dedicate alle scarpe femminili. Torna al Tortona 31 | Archiproducts il meglio delle avanguardie della moda

belga con **"The Belgian Focus"** in sinergia con Flanders DC – Flanders District of Creativity, mentre arricchisce l'esperienza del Tortona 54 il rinnovato appuntamento con **WHITE Studio**: il progetto dedicato ai new makers, i giovani stilisti emergenti che fondono il savoir faire dell'artigianalità al design innovativo, ospitato nell'inconfondibile design set da hôtellerie di CASA BASE.

"Fin dagli esordi ho sempre pensato out of the box per superare certi schemi del mondo fieristico, e così è nato il successo di WHITE Milano. Il nostro obiettivo è sempre stato soddisfare le richieste dei buyer più esigenti, portando brand di rilievo internazionale che si distinguono per la qualità della ricerca, la creatività innovativa e per un'identità stilistica forte. Ad oggi riteniamo fondamentale dare ai nostri brand un valore aggiunto rispetto a quello che hanno sempre potuto trovare all'interno di White: per questo stiamo lavorando a progetti differenti, a nuove possibilità di visibilità e di business, che utilizzano i canali digital più innovativi, e che coinvolgono sempre di più la città di Milano e l'audience internazionale durante la fashion week" commenta **Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE**.



Vogue #Shareable x WHITE – Fiorucci – SETTEMBRE 2018

In quest'ottica White continua la collaborazione con **Vogue Italia** per il progetto **#Shareable**: la speciale formula di comunicazione potenziata attraverso il salone con la direzione creativa della special Content Creation Unit di Condé Nast. Tramite #Shareable WHITE offre ad un numero selezionato di marchi l'opportunità di usufruire di un modo inedito e innovativo di comunicare, rispondendo all'esigenza dei brand di ottenere un'alta visibilità online tramite contenuti foto e video fortemente appealing, e offline, in salone, grazie alla cura creativa dello spazio espositivo secondo le ultime tendenze visual.



CONDIVIDI:



CORRELATI

Le novità a White Milano - 22/25 settembre 2017
11/09/2017
In "Moda"

White Milano dal 27 al 29 Febbraio 2016
15/02/2016
In "Eventi & Fiere"

GRANDE SUCCESSO DI WHITE:
21.150 I VISITATORI CON UN
INCREMENTO DEL 15% DI BUYER
ESTERI
02/03/2016
In "Eventi & Fiere"

- TAGS** A-JANE CLIO PEPIATT CONDÉ NAST FANTABODY HOMEWEAR I-AM-CHEN KNITWEAR
LOUNGEWEAR MAGLIERIA MARÉYAT MASSIMILIANO BIZZI PRICE ON REQUEST STILISTI EMERGENTI
STRATEAS CARLUCCI VOGUE ITALIA WHITE MILANO

REDAZIONE

[HOME PAGE](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ULTIMI ARTICOLI](#) [COOKIE E PRIVACY POLICY](#)



ARTICOLI

Seleziona una categoria ▾



BUONGIORNO online è una testata giornalistica. Iscrizione registro stampa del Tribunale di Milano n.350 del 6/12/2017
© 2015 - 2017 BUONGIORNO online