



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze.

Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#).

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

OK

ECONOMIA & FINANZA STORIE D'IMPRESA INNOVAZIONE BEAUTY & BENESSERE LUXURY SFILATE



Addizionali Irpef, a Milano costano 5 volte rispetto a Bolzano



Dalla frenata del Pil effetti su conti pubblici ed economia reale



Panda e 500 le auto più rubate del 2018



Così la tecnologia aiuterà la socialità

FIERE

Sostenibilità, maglieria e homewear per White Milano

07 febbraio 2019



Sostenibilità, giovani, digitale: sono solo alcuni dei focus della nuova edizione di **White Milano**, in programma dal 22 al 25 febbraio in quattro location concentrate in Zona Tortona. Il salone, lanciato nei primi anni Duemila e patrocinato dal Comune di Milano, si concentra sulla moda contemporary nelle sue molteplici declinazioni sarà una vetrina per **514 marchi** di cui 342 italiani e 172 esteri.

Tra le novità della prossima edizione c'è il progetto: **"Give a fok-us | Focus on the Unfocused"**, sviluppato in collaborazione con il ministero dello Sviluppo Economico e di Ice Agenzia nell'ambito del sostegno alle fiere, con il patrocinio della Camera italiana buyer moda e in partnership con Confartigianato Imprese. Il progetto - diretto sul piano creativo da **Matteo Ward, co-fondatore del marchio ecosostenibile WRÅD**, partito proprio da White e arrivato sul palco del Green Carpet Fashion Awards 2018 - esplora il **rapporto fra moda e natura**, moda e società cercando di portare il visitatore a mettere a fuoco ciò che ancora non gli appare così evidente negli ambiti della sostenibilità, dell'innovazione, della tracciabilità del prodotto e dell'economia circolare.

«Abbiamo pensato a un progetto innovativo come quello sulla moda sostenibile, che rappresenta anche un'**importantissima possibilità per dialogare con le nuove generazioni** di consumatori, sempre più attente alla tracciabilità del prodotto moda. È anche un'opportunità rivolta ai buyer, che possono **rinnovare in maniera consapevole l'offerta degli store**», ha spiegato Massimiliano Bizzi, fondatore di White.

Tra le altre novità, che si sommano a una selezione di marchi internazionali all'insegna della sperimentazione e dell'originalità: un'area dedicata alla maglieria, **Knit Lab** e la sezione **Lounge|Sphere** pensata per dare spazio all'homewear, tra lingerie e beauty.

© Riproduzione riservata



I PIÙ LETTI DI MODA24

- CLASSIFICA LYST** | 06 febbraio 2019
Sette (quasi) dei 10 marchi più desiderati al mondo sono italiani: Gucci e Moncler in vetta
- FIERE** | 05 febbraio 2019
Calzature, dodici giovani talenti in vetrina al Micam
- HI-TECH** | 05 febbraio 2019
Beauty device, le novità più utili, dalla testa ai piedi
- ICONE NEL TEMPO** | 07 febbraio 2019
All'asta il "little black dress" che Marilyn indossò per annunciare la separazione da Joe Dimaggio
- CONGIUNTURA** | 07 febbraio 2019
Moda donna, l'export vale il 63% e traina il settore. Cina da record (+41%)

ULTIME NOVITÀ

Dal catalogo del Sole 24 Ore

Focus - Guida agli enti locali

Periodici
Monografie in formato pdf



Tutelare e gestire i diritti digitali

Formazione Online
Il corso si propone di illustrare i principali cambiamenti in materia...

