



White Milano apre i battenti il 19 settembre con oltre 500 brand

Scritto da Isabella Naef | Giovedì, 05 Settembre 2019 Andrà in scena da giovedì 19 a domenica 22 settembre White Milano, con il 4 per cento in più dei marchi in esposizione, (rispetto all'ultima edizione) e una superficie espositiva di 23mila metri quadrati (+4,5 per cento a paragone con settembre 2018) in via Tortona 31. I brand presenti saranno oltre 500.

Lo special guest della prossima edizione è il marchio giapponese Munè

Presenti al salone brand e prodotti nuovi e di tendenza come Gayeon Lee, Barragan, Nashe, Agarw- d, Filles a papa e, dalla Cina, Youppie!, Damowang, Selah, Pingsi Zhou e Amnue. Tra le riconferme Faliero Sarti, Transit Par-Such, Pierre-Louis Mascia, Roberto Collina, Sofie D'Hoore, Attic and Barn, Oof, Salvatore Santoro, Rundholz Black Label & Dip. "L'opening a giovedì 19 (anziché il consueto venerdì) permette al Salone una sintonia più strategica con il calendario della settimana della moda donna e con gli altri appuntamenti di settore, e consente alle aziende espositrici di beneficiare della presenza degli operatori internazionali, confluiti a Milano per l'avvio della fashion week", ha detto questa mattina, durante la conferenza stampa di presentazione, Massimiliano Bizzi, founder di White.

"La collaborazione tra White e il Comune di Milano si dimostra, anno dopo anno, un elemento imprescindibile per il successo della Milano fashion week", ha commentato Cristina Tajani, assessore alle politiche del lavoro, attività produttive, moda e design del Comune di Milano, presente oggi alla conferenza stampa a Palazzo Morando, a Milano.

"In un momento così particolare e di trasformazione del nostro settore", ha aggiunto Bizzi, "la strategia di White è quella, a ogni stagione, di dare dei segnali concreti di sintonia con i cambiamenti in atto come, ad esempio, la nostra perseveranza sulla sostenibilità. Tutti i progetti e le colab del salone hanno l'intenzione, oltre ad essere un momento di business, anche di fare cultura della moda, aspetto essenziale nei momenti di transizione come questo. Durante la moda donna, Milano mostra una sempre maggiore importanza a livello mondiale e una capacità considerevole di innovazione». Tra i grandi progetti in essere a questa tornata, la collaborazione tra White e la rinnovata Camera Buyer Italia ha dato vita a un nuovo format con il contributo di Regione Lombardia, che mira a incentivare, a livello internazionale, i top shop presenti sul territorio lombardo, attraverso la selezione e l'esposizione dei brand all'edizione di settembre 2019. Il progetto Contemporary windows prende vita nel Tortona 31/Archiproducts".

"Nello spazio del Tortona Fashion district, dove il design abbraccia la moda, le due realtà si incontrano per promuovere, a livello internazionale, la sinergia tra brand e top retailer presenti sul territorio lombardo. A questo appuntamento i 12 i top buyer presenti al salone sono nomi del calibro di Banner (Milano) che porta Bethany Williams; Base Blu (Varese) con Area; Bernardelli (Mantova) con JeJia; Biffi (Milano) che presenta Eudon Choi; Cose (Cremona) con MCLXX Street Couture; Il Sellaio (Casatenovo) con Rotate; Lattuada (San Vittore Olona) e Ganni; LungoLivigno (Livigno) e Alanui; Mantovani (Carate Brianza) con Saloni; Penelope (Brescia) con Natasha Zinko; Rail (Brescia) che presenta Marine Serre; Tony Boutique (Magenta) con Stand e Tessabit (Como) assieme a Monse", ha proseguito Bizzi.

Lo special guest della prossima edizione è il marchio giapponese Munè fondato dal designer Munenori Uemuro, che ha creato il marchio nel 2018. Dalla fantasia del designer giapponese è un brand, caratterizzato da un bilanciamento tra unicità e semplicità che, in Milano, ha trovato la giusta sede per la sua avventura creativa e nel made in Italy la qualità realizzativa.

Special project dell'edizione di settembre è Boyish che arriva a White con il suo denimwear femminile e sostenibile Il marchio, creato da Jordan Nodarse e distribuito in Europa dal Gruppo Brama, è da sempre impegnato nell'utilizzo di pratiche sostenibili per lo sviluppo e la produzione dei suoi modelli. I jeans sono realizzati mediante tessuti e lavaggi sostenibili, attraverso processi ecologici e cruelty free.

Nana-nana, invece, sarà lo special designer dell'edizione di settembre 2019. Fondato nel 2007 da Hisato Takenouchi, a Tokyo, il marchio ha da subito impresso una direzione nitida alla sua creatività, collaborando sia con artisti internazionali che con brand per produrre accessori, anche in limited edition e ideando con un approccio artistico prodotti di uso quotidiano.

Foto: Closed, dall'ufficio stampa White