



White Milano: crescono brand, superficie espositiva e progetti

Bellezza



05 Settembre 2019 White Milano ha sempre più il vento in poppa e si prepara a portare all'edizione di settembre moltissime novità: nuovi brand, una nuova location che si aggiunge alle esistenti, un innovativo progetto con Camera Moda Buyer Italia, date più vicine alla settimana della moda milanese, con inizio del salone giovedì 19 e chiusura domenica 22 (contrariamente alle giornate classiche che erano venerdì-lunedì, ndr). La presentazione dell'edizione di settembre di White "Siamo cresciuti del 4% come numero di brand e anche in termini di superficie espositiva, che raggiunge i 23.000 metri quadri (+4,5% su settembre 2018), con l'aggiunta di una location in più, l'Opificio 31, in Via Tortona 31. Come numero di brand introdotti per la prima volta, ne abbiamo tanti e cerchiamo di spingere sempre più sull'acceleratore. Facciamo tantissimo scouting internazionale, che si spinge fino al Far East e ci permette di presentare prodotti nuovi e di tendenza come Gayeon Lee, Barragan, Nashe, Agarw- d, Filles a Papa o, dalla Cina, YOUPPIE!, Damowang, Selah, Pingsi Zhou e AMNUE. Tra gli highlights di settembre ci sono nomi del calibro di Laura Aparicio, Ancient Greek Sandals, Yuliya Magdych, Agua de Coco por Liana Thomaz e tanti altri." ha spiegato a FashionNetwork.com Massimiliano Bizzi, fondatore di White.

Lo special guest dell'edizione sarà un brand giapponese, Muné, creato nel 2018 dal designer Munenori Uemuro. Come special project, invece, è stato scelto un progetto di jeans sostenibile, Boyish, nato grazie a moltissima ricerca fatta a Los Angeles dove la sostenibilità è davvero al centro in moltissimi ambiti". Special designer sarà il brand giapponese nana-nana, con il progetto Akira Art Wall, all'Opificio 31 che porta con sé arte, musica e cultura. "Si tratterà di un'installazione molto particolare che rientra nella volontà di non essere 'solo un salone'. Da tempo con White la strategia che portiamo avanti è quella di non essere esattamente 'una fiera', inserendo tante iniziative collaterali", ha precisato Bizzi. "Una di queste, grande novità dell'edizione di settembre, riguarda la collaborazione con Camera Moda Buyer, che si arricchisce del progetto 'Contemporary Windows': ogni compratore porterà un brand lombardo di ricerca, per un totale di 12, e lo esporrà solo con un'installazione. Vogliamo far capire che il retailer ha un ruolo fondamentale, perché può farci parlare con il consumatore finale", ha precisato Bizzi.

Inoltre, oggi che buyer e compratori finali tendono a orientarsi su parole chiave come sostenibilità e responsabilità e a cercare prodotti di matrice artigianale, White mette in primo piano le piccole e medie imprese che portano con sé queste caratteristiche. «La collaborazione tra Confartigianato e White – precisa il Presidente Giuseppe Mazzarella, Delegato all'Internazionalizzazione di Confartigianato Imprese – rappresenta un importante palcoscenico internazionale per l'Italia dell'eccellenza artigiana. La moda impersona un punto di forza del made in Italy, proprio grazie all'apporto di 79mila micro e piccole imprese che danno lavoro a 372mila addetti ed esportano prodotti per un valore di 10,3 miliardi di euro. Da sole le piccole imprese italiane dei settori tessile, abbigliamento, calzature esportano il doppio di quelle di Germania, Francia, Spagna e Regno Unito messe insieme. Si tratta di performance che confermano i valori espressi dai nostri imprenditori artigiani e il loro enorme contributo al fashion made in Italy e sono uno stimolo per spingere i giovani a esprimere la loro creatività in un settore dalle solide prospettive economiche».

DiElenaPasseri

Copyright © 2019 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.





Il salone milanese di ricerca, passato in 20 anni da 19 a oltre 500 espositori e quarto in Italia dopo Pitti, Milano Unica e Micam, presenta la sua prossima edizione di settembre 2019 in Russia, a Mosca.

White Milano a caccia di buyer russi



Il salone B2C di White Milano cambia nome in WSM e torna negli spazi di via Tortona a Milano dal 15 al 17 giugno, durante la fashion week uomo, con le sue proposte di sportswear e sostenibilità; attesi 15.000 visitatori.

White Street Market diventa WSM e punta su giovani, brand di ricerca e imprese artigiane



White Milano torna dal 22 al 25 febbraio, in piena fashion week, per presentare nelle sue tradizionali quattro location di via Tortona le collezioni per l'autunno/inverno 2019-20 di 514 brand, di cui 172 esteri.

White torna a Milano, tra sostenibilità e nuove aree



Tra anniversari, anteprime, nomi nuovi (Fila e A.F. Vandevorst), grandi ritorni, tra i quali Philipp Plein, e lo show-evento di Emporio Armani, la Fashion Week che inizia martedì a Milano si annuncia molto corposa.

Milano: una Settimana della Moda donna più lunga e più ricca [Read More](#)



<https://it.fashionnetwork.com/news/White-Milano-crescono-brand-superficie-espositiva-e-progetti,1133916.html>

XClose

Leave A Comment