



WHITE Milano chiude con successo



WHITE Milano chiude i battenti con successo: 27.934 i visitatori (+ 3% rispetto a settembre 2018), i buyer aumentano del 2%, con l'estero a più 9%, mentre l'Italia cala dell'1%. I dati certificano i meriti: la grande concretezza respirata nei padiglioni, con un brand mix di assoluto interesse per i top buyer intervenuti; l'energia creativa profusa nello scouting internazionale; i designer worldwide selezionati; l'input sulla sostenibilità; la nuova location e le co-lab importanti sono tutti risultati messi in campo da WHITE e che hanno catalizzato, una volta di più, l'attenzione nel Tortona Fashion District.

Tra i top buyer worldwide intervenuti si segnalano, dall'Europa, Le Bon Marché (Parigi), Galeries Lafayette (Parigi), Harvey Nichols (Londra), Selfridges (Londra), Browns Fashion (Londra), Bongenie (Zurigo), Paul Warmer (Amsterdam), El Corte Ingles (Madrid), Verso (Anversa), Andreas Murukidis (Berlino), Fatima Mendes (Porto). Dagli USA, Intermix (New York), Kirna Zabete (New York), Jeffrey (Atlanta), The Webster (Miami), Johan Sheep (Philadelphia), Holt Renfrew (Toronto). Da Russia e Ucraina, Bosco Dei Ciliegi (Mosca), Mercury (Mosca), Helene Marlen (Kiev). Asia e Giappone presenti con, I.T. (Hong Kong), Harvey Nichols (Hong Kong), Club 21 (Singapore), Isetan (Tokyo), Barney's Japan (Tokyo), Daegu (Seoul). Dal Middle East, Al Ostoura (Kuwait City), Be More (Dubai), Saks (Ryad).

«Un'edizione straordinaria – commenta Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE – non solo per il rilevante incremento dei buyer esteri ma, soprattutto, per il loro elevato livello qualitativo. Questo considerevole risultato è frutto del grande lavoro di squadra dello staff di WHITE, che ha selezionato un brand mix capace di centrare l'obiettivo che ci eravamo prefissati, portando in primo piano anche le realtà delle PMI e valorizzandone la filiera produttiva. È un esito importante per noi e per le aziende che lavorano con noi. Milano, oggi, vive un momento essenziale per tutto il sistema moda e questa è un'opportunità che tutti noi operatori del settore dobbiamo cogliere, lavorando insieme. Secondo me, l'aggregazione nella moda deve diventare di moda».

Il Salone del womenswear e degli accessori – patrocinato dal Comune di Milano – si attesta come la piattaforma di riferimento per il womenswear più attuale e di tendenza, grazie anche al supporto di MISE e ICE – Agenzia e alla partnership con Confartigianato Imprese.

WHITE Milano ha portato in primo piano le nuove interpretazioni della camicia di Munè, lo Special Guest; il denim sostenibile di Boyish, Special Project di questa edizione, e le iconiche bag di nana-nana, Guest Designer di settembre, a cui si è collegata l'importante installazione: Akira Art Wall Project x nana nana / Katsuhiko Otomo x Kosuke Kawamura, apporodata all'Officina 31, in Via Tortona31 e creata per celebrare uno dei manga più famosi al mondo, Akira appunto, ideato da Otomo Katsuhiko nel 1982.

La nuova colab con Camera Buyer Italia – con il contributo di regione Lombardia – ha dato vita al progetto Contemporary Window, dove 12 top buyer lombardi e altrettanti brand prescelti dai compratori che hanno partecipato al progetto, hanno animato le vetrine dell'Archiproducts, hub di Tortona 31 Opificio. Sempre nello spazio multifunzionale di Tortona 31, nella nuova location dell'Ex Carrozzeria, è andato on stage il terzo appuntamento con GIVE A FOKus, l'hub sostenibile di WHITE con la direzione artistica di Matteo Ward, stavolta suddiviso in 5 aree tematiche: Water, People, Waste, Climate Change e Chemicals. Come per le precedenti edizioni WHITE / GIVE A FOKus ha supportato i Sustainable Development Goals adottati dai leader mondiali alle Nazioni Unite, attraverso un lavoro educativo e culturale promosso in collaborazione con Fondazione Pistoletto – Cittadellarte e i brand della piattaforma Fashion B.E.S.T.

Creatività e innovazione internazionali hanno riscosso un notevole successo di pubblico, tra gli intervenuti al Salone, che hanno apprezzato il progetto China Cascade, con gli highlights di YOUPPIE!,

Damawang, Selah, Pingsi Zhou e AMNUE, ma anche l'estro di Gayeon Lee, Barragán, Nashe, Agarw d, FILLES A PAPA, e della designer araba Nora Aytch, la cui presenza è stata frutto della colab con Diala Makki, giornalista e media personality di rilievo del Middle East. In primo piano anche: Brazil Summer Fashion Milan, sezione che raggruppa brand brasiliani da nord al sud del paese, come stilisti brasiliani radicati in Italia e portati al Salone dal Consolato Generale del Brasile, a Milano, in collaborazione con la showroom Senato 13. Ancora: The Belgian Focus grazie alla partnership con Flanders DC, la piattaforma che supporta e promuove le imprese creative del territorio belga; e la new wave portoghese.

Il nuovo corso del Basement ha portato in primo piano collezioni dal forte spirito innovatore, grazie anche alla presenza di showroom internazionali come Fashionavant Showroom e Dear Progress, con brand del calibro di Barragán, Nashe, Gauntlett Cheng, SECTION8, Wekafore, TTSWRTS, i designer estoni August, Kristel Kuslapuu, Triinu Pungits e Lilli Jahilo. Sempre nell'ambito della connessione tra WHITE Milano e le showroom più importanti, si riconferma il successo del progetto Showroom Connection @WHITE e della colab con Vogue Italia attraverso il progetto #Shareable, con la direzione creativa della Special Content Creation Unit di Condé Nast che, a questa tornata, ha coinvolto marchi come il già citato Special Guest Munè; lo Special Project Boyish; Laura Aparicio; FILLES A PAPA; il Guest Designer nana-nana; TPN e TPN X Lotto, Ancient Greek Sandals, Yuliya Magdych, Agua de Coco por Liana Thomaz.

Ancora una volta riflettori puntati sull'INSIDE WHITE e sul premio omonimo. A vincere l'edizione di settembre 2019 è stata la new entry Çaplait, brand capace di riunire artigianato e moda nelle sue calzature. A selezionare il vincitore e a conferire l'INSIDE Award è stato Federico Giglio, owner di Giglio (Palermo). L'artigianato high level ha trovato nel Salone il suo palcoscenico ideale, anche grazie al progetto Sicilylab, sviluppato da WHITE in collaborazione con la regione siciliana – Assessorato alle Attività Produttive – e con fondi PO FESR.

WHITE Milano – patrocinato dal Comune di Milano – si attesta come la piattaforma di riferimento per il womenswear più attuale e di tendenza, grazie anche al supporto di MISE e ICE – Agenzia e alla partnership con Confartigianato Imprese.

www.whiteshow.it

Condividi:

- Fai clic per condividere su Facebook (Si apre in una nuova finestra)
- Fai clic qui per condividere su Twitter (Si apre in una nuova finestra)
- Fai clic per condividere su WhatsApp (Si apre in una nuova finestra)

Fai clic qui per inviare l'articolo via mail ad un amico (Si apre in una nuova finestra)

•