

Home / Fiere / In foto: a...

Share



## In foto: a spasso in via Tortona alla fiera White Milano

Scritto da Isabella Naef | Martedì, 27 Febbraio 2018

La kermesse, che quest'anno è andata in scena in quattro location in zona Tortona (Tortona 27, presso il Superstudio Più, Tortona 35, presso l'Hotel Now, Tortona 54, presso l'Ex Ansaldo e nella nuova location dell'Opificio di via Tortona 31) ha registrato un aumento complessivo dei buyer pari al 16 per cento (rispetto all'edizione di febbraio 2017).

White Milano è andata in scena a Milano da venerdì 23 febbraio a lunedì 26.

Foto: White 1

### La superficie allestita di White Milano ammontava a 21.700 metri quadrati

I compratori italiani sono risultati in aumento del 14 per cento, mentre quelli esteri del 28 per cento.

Ad animare questo salone anche l'etichetta parigina Rouge Margaux in qualità di special guest che ha portato in scena al Tortona 31 Opificio | Archiproducts - una live performance.

**WIND**  
Più vicini

**Wind Smart 9 Special**  
*limited edition*

**1000 MINUTI**  
VERSO TUTTI

**15 GIGA**

**9€ /4 SETT.**

**SCOPRI DI PIÙ ▶**

#### NOTIZIE CORRELATE

Mmd: le collezioni a/i 2018-19 si fanno belle per i millennial cinesi

Compratori a +16 per cento per White

Moncler: ricavi 2017 +17 per cento

Geox: fatturato a -1,8 per cento nel FY 2017

Mila Schön: dall'atelier aperto nel 1958 alla collezione fall winter 2018-19



La fiera, che a questa edizione ha aggiunto lo spazio dell'Opificio 31, ha presentato le collezioni innovative di molti marchi italiani e internazionali. E' il caso di Samboue, etichetta torinese che utilizza i tessuti kuba congolese per creare borse e scarpe, presente nella sezione White Studio, nello spazio dell'ex Ansaldo, oppure di Pièce, marchio di Modena che mixa in maniera incantevole creatività, tessuti sartoriali e un pizzico di ironia. Anche lo stand di questa etichetta si trovava nell'area Tortona 54.



#### ALTRE STORIE

Compratori a +16 per cento per White

I buyer russi segnano un +38 per cento a Super

"Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001", a Milano

Mmd: l'aristocrazia sociale di Versace

Mmd: pelle nera liscia o matelassé per Geox

**Il Franchising è a Milano.**  
Esponi alla terza fiera del franchising del mondo, **la prima in Italia.**

#### ULTIMI LAVORI

#### PIÙ LETTO

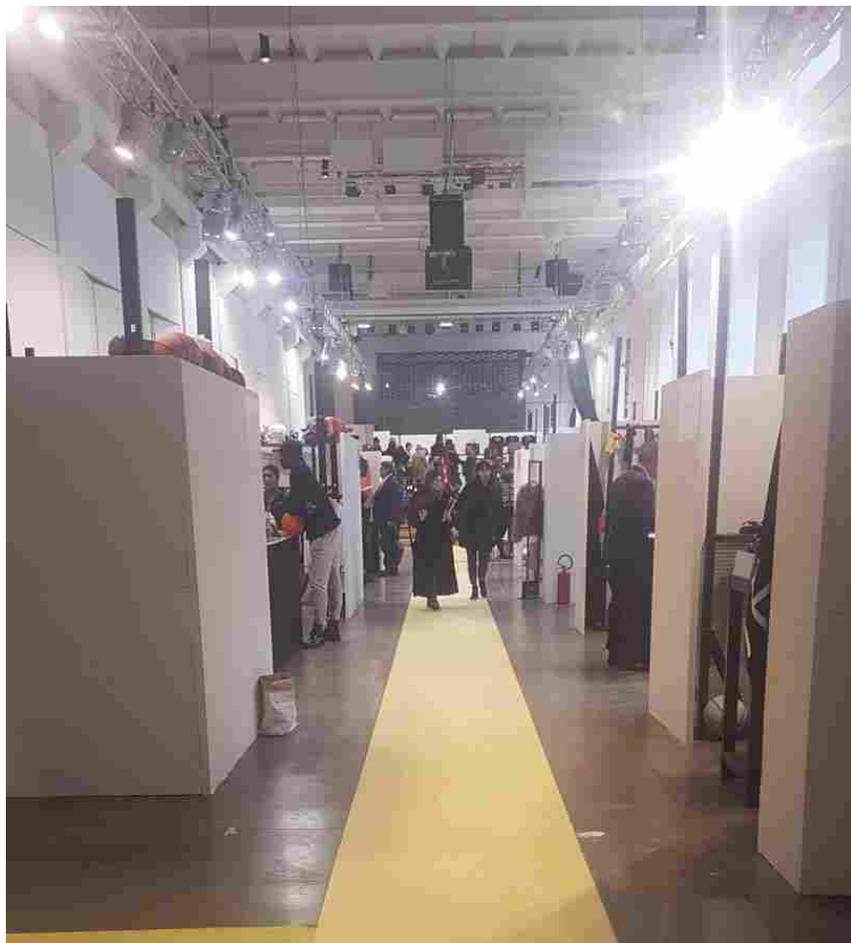
Safilo: partnership con Luxasia

Mmd: anche Prada punta sul colore

Sonae Sierra e Impresa Pizzarotti realizzano lo Shopping District a Parma

"Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001", a Milano

Sapinda Holding rileva La Perla

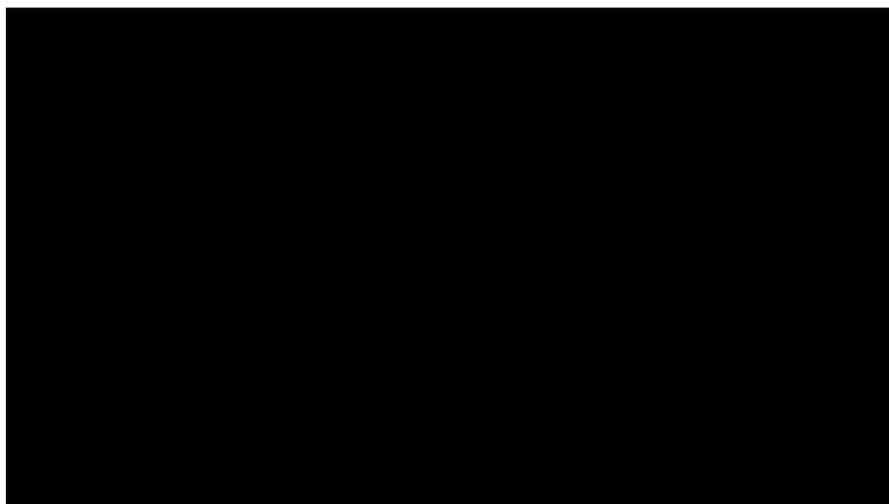


Gioca con l'arte, invece, la collezione della romana Lisa Anderlini e della sua label Lau, che ha vinto il premio Ramponi e ha esposto la collezione nello spazio Tortona 35, presso l'Hotel Now.



La superficie allestita della kermesse ammontava a 21.700 metri quadrati, mentre al salone, patrocinato dal Comune di Milano, hanno partecipato 546 marchi (+6,85 percento rispetto a febbraio 2017), di cui 163 esteri.

Anche questa edizione, come accade da diverse stagioni, ha ospitato il progetto It's time to south, ideato in partnership con Ice Agenzia, per valorizzare la creatività made in Sud, d'Italia. Isole comprese. Otto regioni per 15 talenti hanno partecipato con i loro esprit ideativi alla kermesse fondata da Massimiliano Bizzi.



Dalla Sicilia sono arrivati Cettina Bucca, l'eleganza rétro, attualizzata, di Sikuly Art & Tradition e la poetica pittorica di Yesicily.

La Sardegna ha risposto con le reinterpretazioni di Barbara Pala; con il collettivo creativo di Pretziada e con la linearità di Quattromani. La Puglia ha fatto sentire la sua voce con la fusione tra arte e moda di Archivio e con Rossorame, Il mondo di Sofia, che mostra i cartoon di Sofia Graiani su felpe e t-shirt.

Dal Molise è arrivato Gaetano Pollice con le sue bag sospese tra presente e futuro e il denim di Decata. Non è mancato un excursus nei bijoux, con le creazioni materiche di Carlotta Scarabeo, designer proveniente dalla Campania, che reinterpreta le cime nautiche. Leda di Marti ha sfoggiato una consapevolezza tutta calabrese nel suo ready to wear, mentre dalla Basilicata sono arrivate le sculture gioiello di Manuela Telesca e le montature di Occhialeria Artigiana. L'Abruzzo ha brillato nei monili di ValeJewelab, con gli inusuali accostamenti di materiali poveri e preziosi.

Le collezioni dei marchi di It's time to south sono state ospitate nella location Tortona 27.

Foto, video: White Milano, credit: FashionUnited

WHITE