

Questo sito utilizza cookie.

Visitando questo sito web si autorizza l'impiego di cookie. Per informazioni dettagliate sull'impiego dei cookie in questo sito web invitiamo a cliccare su "Maggiori informazioni".

Continuando a navigare su questo sito web o cliccando su OK si accetta la nostra Policy sui cookie.

OK - "Maggiori informazioni" - Contatti

Condividi Moditalia Magazine

LE TUE COVER ORIGINALI



Ricevi Gratuitamente la Newsletter   Cerca Notizia  Settore...

Notizie Tessile Calzature Accessori Beauty - Wellness Uomo Bambino Luxury Saloni-Eventi Distribuzione

AREA PREMIUM Sfilate Selezione Aziende Data Base Tendenze Annunci Accesso >> Utile  Pwd

Your Journey to Hong Kong Starts Here

NOVOTEL HONG KONG NATHAN ROAD KOWLOON BOOK DIRECT & SAVE OFFER INCLUDING BREAKFAST

**aloni**

## NUOVI TRAGUARDI PER WHITE MILANO

08/09/2017

Il timing si allunga a 4 gg in previsione della fashion week, che vede allineate tutte le realtà di settore grazie al MISE. Il numero record di 532 espositori (368 provenienti dall'Italia e 164 esteri, + 6,4% totale, a parità di edizione), attesta il ruolo di protagonista del salone nel panorama del womenswear internazionale. Ssheena è lo Special Guest di Settembre con una Urban Catwalk nel cuore di Milano, mentre E sio Rocco Marras è lo Special Designer, con il nuovo corso di I'M Isola Marras. Marchi consolidati, realtà internazionali e brand di tendenza sono protagonisti della manifestazione, che dispiega un nutrito calendario di eventi e che ha registrato oltre 390 domande d'ingresso, di cui 134 provenienti dall'estero.

Prende il via dal 22 al 25 settembre prossimo, la manifestazione, dedicata al womenswear e agli accessori, in partnership con Confartigianato Imprese e patrocinata dal comune di Milano. È un'edizione speciale sotto tutti i punti di vista, perché WHITE ha

**E-Book**

THE CUBE

profuso un grande impegno organizzativo per rispondere alla strategia di sistema intrapresa dal MISE, volta a coordinare e razionalizzare l'intera liera della moda, che vede allineate al calendario della Milan Fashion Week tutte le più importanti manifestazioni eristiche del settore. Così, WHITE partecipa al grande progetto voluto dal Ministero dello Sviluppo Economico, evento valorizzato anche dal format, MILANO XL - La festa della creatività italiana, con un giorno in più rispetto al consueto timing, l'opening di due nuove location nel Tortona Fashion District, il nuovo spazio per eventi e progetti speciali all'interno di Camera Italiana Buyer Moda e un hub di anco al Superstudiopiù (Tortona 31/Archiproducts), un numero di espositori che arriva a quota 532; uno Special Designer come E sio Rocco Marras, con una speciale installazione con l'M Isola Marras e un grande evento aperto al pubblico di Milano - l'Urban Catwalk di SSHEENA - inserito nel calendario della Camera Nazionale della Moda Italiana, nel solco della collaborazione intrapresa da tempo tra i due enti organizzatori, per sottolineare il forte legame che, sin dai suoi esordi, unisce il salone alla città. Questa s lata è realizzata con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, ICE Agenzia, di Confartigianato Imprese - partner di WHITE - e con il patrocinio del Comune di Milano.

«Lo sviluppo e la continua crescita di WHITE, in questi anni, dimostra come la collaborazione con il Comune di Milano abbia permesso di valorizzare la creatività di tanti talentuosi stilisti, che qui possono presentarsi al mondo sperimentando nuovi linguaggi espressivi che si tramutano in opportunità di mercato e di stile - così commenta l'Assessore alla Moda e Design del Comune di Milano, Cristina Tajani, che prosegue - con i suoi 532 brand, WHITE dimostra come sia vivo l'interesse degli operatori italiani, ma soprattutto stranieri nello scegliere Milano quale miglior vetrina per presentare le proprie idee e creazioni. Quest'anno - conclude l'Assessore Tajani - grazie alle installazioni di "Milano XL", presenti in città nei giorni delle s late, vogliamo raccontare ai cittadini e a tutti gli amanti del ben fatto l'impegno congiunto di Istituzioni e di tutti gli operatori del comparto moda nel valorizzare il nostro grande patrimonio manifatturiero fatto di know-how, produzione e creatività che contraddistingue il made in Italy nel mondo».



I numeri da record parlano chiaro: a questa fashion week spartiacque per tutto il sistema moda italiano, WHITE MILANO ria erma il suo ruolo da protagonista nel womenswear internazionale con 532 marchi, di cui 368 provenienti dall'Italia e 164 esteri (+6,4% in totale, a parità di edizione), una super cie allestita di 20.500 mq (+2,5%, rispetto a settembre 2016). Un tradeshow che dimostra la sua continua evoluzione con un brand mix tra aziende consolidate del Made in Italy e marchi internazionali, senza rinunciare a uno scouting attento anche verso i nuovi Paesi emergenti, con focus su special project e brand di tendenza. La formula espositiva della manifestazione, decisamente buyer oriented, anche a questa edizione ha generato un sostanziale incremento delle domande d'ingresso, con oltre 390 richieste - di cui 134 provenienti dall'estero. Segnale che dimostra sia l'assoluta attenzione che le aziende rivolgono a Milano durante le Fashion Week, sia il ruolo principale svolto da WHITE per le realtà consolidate, le label cutting-edge e per i buyer provenienti da tutto il mondo, che trovano nel salone un vero e proprio punto di riferimento e ispirazione per i loro acquisti.

«L'apertura di una delle edizioni più rilevanti della fashion week milanese vede WHITE coinvolto nel grande progetto del MISE - speci ca Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE - grazie al quale tutte le ere di settore sono riunite nelle date della settimana della moda, evento valorizzato anche dal progetto, MILANO XL - La festa della creatività italiana. Questo dimostra un'attenzione per il nostro settore che ci deve riempire di orgoglio e che ci spinge a essere ottimisti sul ruolo di Milano nel fashion system internazionale. WHITE si è preparato a questo grande appuntamento portando la manifestazione a quattro giorni e con un calendario eventi importante. Inaugurando, due nuove location e con un grande show di richiamo proprio nella città e per la città. In più, l'incessante scouting e attuato a livello internazionale ha permesso di raggiungere un numero record di espositori, aumentando anche il livello qualitativo. Sono convinto che si stia aprendo un nuovo corso per la moda e per Milano».

E in quest'ottica s'inserisce la nuova location che va ad arricchire la geogra a di WHITE e del Tortona Fashion District. È il Tortona 31/Archiproducts, lo spazio dove il design incontra la moda. Un contesto decisamente non eristico ma di impatto che diventa lo scenario ideale per presentare una selezione dei migliori designer del momento a livello internazionale. La nuova area si avvale anche della presenza di Lavazza, che anima lo spazio con una serie di incontri all'orario del brunch, in cui verranno servite delle specialità a tema ca è per una degustazione esclusiva, una vera e propria preview dell'apertura del nuovo agship store di piazza San Fedele 2, il 19 settembre a Milano, dove food e specialità co ee design si incontrano. Lavazza da sempre crede nella creatività e ha scelto con WHITE di iniziare un percorso nella moda per incoraggiare la scoperta del nuovo. Nome forte è quello di Martina Spetlova (stilista di origini russe, basata a Londra) specializzata nella lavorazione della pelle, che interpreta con un approccio elegante e sporty, già presente nei migliori store come Selfridges, Odd. New York e Machine A, a Londra. Uno dei nomi di punta di quest'area è anche il georgiano Situationist, già guest del salone a febbraio di quest'anno, che

**Servizi**

Calendario Fiere  
 Links Utili  
 Video-Tv  
 Selezione Aziende

**La T-shirt ORIGINALE**

**Accesso Premium**

Registrazione all'area Premium

**Sfilate**  
 Nazionali e Internazionali

**Ricerca rapida**

**Haute Couture**

**Pret a porter**

**Fashion Week Internazionali**

**Data Base**

**Selezione Aziende**  
 promuovete il vostro marchio

**Tendenze**  
 Tutte le anticipazioni

**Ricerca di Mercato**

ritorna a WHITE dopo l'ottimo riscontro di pubblico e buyer ottenuto nella precedente edizione, culminata con la sfilata in calendario con CNMI. Sempre dall'Est Europa arriva lo stile sport-decostruito di Tamta Shindelishvili, prosegue la selezione con gli italiani Salvatore Vignola, che propone uno stile sportivo-couture e Roberto di Stefano già stilista di Who Is On Next? con le sue borse dal design impeccabile. In ne, Sadie Clayton da Londra, con una collezione di womenswear dalle linee architettoniche e scultoree, indossato da celebrity come Gigi Hadid, Skin, Fleur East, Ellie Gouldin, senza dimenticare le borse romantiche e in pelle made in Italy del brand portoghese âme moi.

Una partecipazione importante e di respiro internazionale per la nuova location Tortona 31 Archiproducts è la partnership con Mastered, la prestigiosa development company londinese, che collabora con nomi del calibro di Tim Blanks, Nick Knight, Fabien Baron, tanto per citarne alcuni. I brand selezionati da Mastered e WHITE per questa edizione sono: Alexandra De Curtis, accessori e borse disegnate dalla pronipote di Totò, Isla Fontaine bag e accessori hand-made da Venezia, Tessa Spielhofer e Lael con borse design e sperimentali e gli accessori e capispalla in eco-pelliccia di Heurueh (by Afaf Seyam). Sempre al Tortona 31 trova la sua naturale collocazione anche lo special guest del salone, SSHEENA. Il brand ideato da Sabrina Mandelli (la stilista è anche Womenswear Head Designer di OFF - WHITE c/o Virgil Abloh) si distingue per il suo sportswear contemporaneo e per la sovrastata attenzione ai dettagli. La label è già nota al pubblico internazionale per la sua vittoria al Time Award 2016, progetto di brand accelerator lanciato da WHITE nel 2015 in collaborazione con Camera Italiana Buyer Moda, il patrocinio del Comune di Milano e messo in palio da ITA - Italian trade Agency. Nell'aprile 2017 è stata anche protagonista di due importanti trunk show, sempre sotto l'egida di Time: il primo a Los Angeles dal prestigioso H Lorenzo e il secondo a New York, da Hotoveli, altro indirizzo di riferimento per gli amanti della moda.

Altro atout di questo salone è la presenza di Elio Rocco Marras, come Special Designer di WHITE MILANO e artece del nuovo corso di l'M Isola Marras. Il giovane stilista presenterà una capsule di 30 pezzi speciali, dal suggestivo titolo di "Walking Life" - con cui esprime gli ideali romantici della gioventù e il lato punk della ribellione - attraverso un allestimento ideato dal set designer Paolo Bazzani e allestito nella sede ufficiale della Camera Italiana Buyer Moda. Se da un lato WHITE punta sull'internazionalizzazione e crescita sui mercati esteri, dall'altro non trascura la valorizzazione e promozione del Made in Italy grazie alla collaborazione con partner istituzionali, quali Confartigianato Imprese e Ice - Agenzia.

«Il respiro internazionale di WHITE si è evoluto nel corso degli anni grazie all'incessante lavoro di promozione svolto dal Salone - dichiara Brenda Bellei, ceo di M. Seventy, ente organizzatore della manifestazione - E oggi WHITE è un appuntamento imprescindibile per i buyer internazionali, sempre più presenti su Milano. Questo importante risultato è il frutto di logiche promozionali rivolte all'estero, come i road show che abitualmente il salone organizza nelle piazze più appealing, ma anche per merito della pro-cua collaborazione intrapresa già da tempo con Ice - Agenzia e rivolta all'incoming dei buyer»

Il focus sul know-how italiano si esprime nelle due aree realizzate da WHITE in collaborazione con Confartigianato Imprese, nell'ambito del progetto MIAC - Moda Italiana Aziende Contemporary. Alla WHITE LOUNGE di Tortona 27, va in scena una selezione di marchi di abbigliamento e accessori creati da rinomate aziende del made in Italy, con nomi come Pourquoi me by Elena Montagano, Kyara La Belle, Montegalgo, Le Dangerouse, Occhialeria Artigiana e altri ancora. Il nuovo format on stage a WHITE STUDIO, all'ex Ansaldo di Tortona 54, presenta 11 giovani maison italiane, già messe in luce dai concorsi internazionali, che al salone usufruiscono di un asset in più: la collaborazione intrapresa con 9 top retailer italiani che hanno selezionato altrettanti promettenti designer da supportare, oraizzando, di fatto, l'immagine del nuovo ready-to-wear italiano. Queste alcune delle connessioni intraprese a WHITE STUDIO: Filippo Laterza, supportato da Asselta (Barletta); Greta Boldini scelta da Sugar (Arezzo); .SETTE con Bi (Milano); Rossorame, prescelto da Giglio (Palermo). (vedi c.s. allegato).

«WHITE - commenta Giuseppe Mazzarella, Delegato Nazionale all'Internazionalizzazione e Sistema Fiere di Confartigianato imprese - è, per vocazione, la migliore piattaforma per quei brand capaci di sostenere le sfide dei mercati internazionali perché hanno alle spalle micro e piccole imprese manifatturiere identificate di quel bello e ben fatto che caratterizza il prodotto italiano. Aziende con un radicato know-how artigianale che, proprio grazie a WHITE, hanno trovato una nuova e appagante identità internazionale. WHITE + Confartigianato (30.000 imprese moda associate su 700.000) grande lavoro di squadra, grande sinergia».

Tornano a WHITE anche aziende come Casadei, dopo aver sperimentato la validità del progetto SHOWROOM CONNECTION @WHITE, a WHITE MAN & WOMAN di giugno scorso. Il marchio di calzature riconferma la sua partecipazione presentando, in anteprima mondiale, "WALL", una capsule collection pensata per ricodificare il prezioso heritage del brand, con una nuova estetica metropolitana. Il marchio appoggia ancora una volta la visione di WHITE, sostenendo l'importanza dello sviluppo in ricerca e innovazione per il made in Italy e promuovendo l'eccellenza artigianale italiana nel mondo, grazie a una competenza maturata in, quasi, 60 anni di storia.

Il brand mix on stage a Supestudiopiù di Tortona 27 spazia dall'esprit creativo di Stefano Mortari, no alle calzature di Fragiaco, marchio che ha da poco celebrato i 60 anni di storia; dal denim di Closed al daywear contemporaneo di Roque di Ilaria Nistri; dalle calzature di Dorateymur e Toga Pulla, presenti al salone con la showroom Six London, che espone anche Nicole Saldana e Rue St. Spazio anche alla nuova collezione cesellata nella pelle di Twins Florence e alla libertà d'espressione su tessuto espressa da So e D'Hoore. Ritorno importante per Goti, prestigioso brand toscano di gioielli e profumi.

Il set industriale dell'ex Ansaldo, in Tortona 54, fa da cornice a brand di abbigliamento e di accessori casualwear, dallo stile trendy e contemporaneo. A questa tornata il jeans di Roy Roger's, tratteggiato da Guido Biondi, sfoggia una nuova interpretazione della femminilità in chiave urban. Altrettanto signi cativa l'interpretazione del beachwear data da Anjuna, così come la presenza di Fred Perry ribadisce l'attitudine sporty dell'hub. Altri asset dell'hub sono Essentiel e Boeme Milano. L'area Yellow, si focalizza sullo spirito "easy to buy" delle collezioni in mostra. Ad animare questa sezione brand come AIRDP Style, ma anche una novità high tech nel campo delle vending machine: la presenza del robotino Pepper Vending 1177, grazie al brand 1177 Eleven Seventyseven. È l'ultima frontiera nel campo delle vendite automatizzate, il punto d'incontro tra acquisto online e sico. A WHITE, Pepper potrà spiegare e dialogare con i potenziali clienti e offrire una dimostrazione pratica. Questo progetto costumer, così innovativo, ha riscosso l'attenzione di realtà come Banca Intesa San Paolo, Cisco, Softec e Ingenico.

La location di Tortona 35 - Hotel Nhow, con il suo design d'avanguardia è l'hub di riferimento per le collezioni più attente al

rapporto qualità-prezzo, in chiave contemporary. Qui esprimono il loro talento creativo brand come YAYA, Derhy, .Bijouets, ma anche, Kleos, AG Alessandro Giada, Bioenuma, Urbahia e Liv Bergen con il suo denim metropolitano. Inoltre, qui va in scena anche un'accurata selection dello scouting internazionale di WHITE, per scoprire e valorizzare i mercati dei Paesi emergenti. A questa tornata, dal Kazakhstan, si a erma l'esprit creativo di Aliya Valeryavna, Kamila Moor, di Utari, Zibroo Design e Yki.

**Modem Map - Tortona Fashion District**

Nel 2016 Massimiliano Bizzi e Gisella Borioli, fondatrice di SuperstudioPiù, hanno lanciato il marchio Tortona Fashion District. Per esaltare questa realtà territoriale, tra le più dinamiche per il sistema moda, le Edizioni Modem, in partenariato con Tortona Fashion District, realizzano da settembre 2016 la "Modem Map - Tortona Fashion District" che esce in concomitanza con le 4 settimane della moda di Milano (gennaio e giugno per le collezioni uomo / febbraio e settembre per le collezioni donna).

Il progetto For Marche - Food For Good, ideato da Map Communication, torna anche in occasione della prossima edizione del WHITE, dopo il successo delle precedenti edizioni. L'iniziativa, pensata per dare un aiuto concreto alle imprese del Centro Italia duramente colpite dal sisma, vedrà ancora una volta la presenza nella Vip Lounge del WHITE dei prodotti enogastronomici di alcune aziende marchigiane. Protagoniste assolute negli spazi messi a disposizione dal salone sono piccole realtà che hanno sede vicino ai Monti Sibillini, nei piccoli centri martoriati dal terremoto. Ad occuparsi del catering è l'azienda Mama Cake, mentre l'organizzazione e il coordinamento sono di Alina Nitu.

[Home](#) | [Chi Siamo](#) | [Notizie](#) | [Tessile](#) | [Calzature](#) | [Accessori](#) | [Beauty Wellness](#) | [Uomo](#) | [Bambino](#) | [Luxury](#) | [Saloni - Eventi](#) | [Distribuzione](#) | [Contatti](#) | [Riservata](#)

**moditaliamagazine.com**

Via Zuavi, 56. 20077 Melegnano (Milano) Italy  
Tel: +39 3474350759- e-mail: info@moditaliamagazine.com  
Partita Iva 04488600968 - Note Legali

Seleziona lingua

**ona La lingua per tradurre il sito web - Select the language to translate the Web site - Sélectionni**

 Traduttore