

Vogue Italia per White

WHITE C'È!

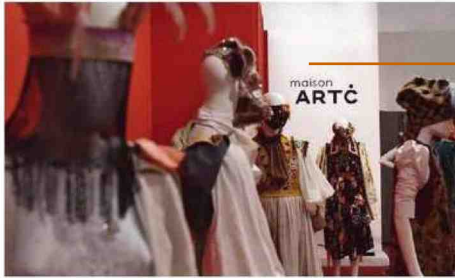
Let's re-start together. Dal 23 al 26 settembre il salone della moda contemporary torna in presenza.



Dal 23 al 26 settembre WHITE, il salone della moda contemporanea, riparte. Un salone "fisico", che si svolge in concomitanza con la Milano Fashion Week, pensato per supportare concretamente le aziende e da cui si dipana la rinascita del fashion system e del Made in Italy. Imprenditori, professionisti e buyer si ritrovano "dal vivo", con il piacere di scoprire, toccare, sorridere insieme, e riappropriarsi della parte emozionale del proprio lavoro. **"Let's re-start together" è il claim con cui WHITE dà vita a una vera e propria call to action rivolta al settore moda**, chiamato a metterci coraggio, a lavorare in sinergia e a far ripartire il business. «Oggi più che mai la presenza a WHITE è importante. Solo così possiamo sostenere il nostro settore, tutti insieme, attraverso un'edizione forte in cui saranno protagonisti i buyer e la comunicazione colpirà in modo sempre più mirato», afferma Massimiliano Bizzi, founder di WHITE. Anche a livello istituzionale Confartigianato Moda si sta muovendo su più fronti per aiutare gli imprenditori a uscire dalla crisi, come commenta Fabio Pietrella, Presidente di Confartigianato Moda: «Le manifestazioni fieristiche sono tra gli aspetti che conside-

riamo fondamentali per rilanciare la moda made in Italy nel mondo. Per questo siamo orgogliosi di essere ancora una volta protagonisti, insieme con Ice Agenzia e i principali partner rappresentativi della filiera della moda, di queste nuove edizioni di WHITE. Giochiamo in squadra, per far sì che la filiera esca dalle barriere della non inclusione e venga rappresentata da monte a valle nella promozione del made in Italy». Il format del tradeshow è fortemente buyer & business oriented, sostenuto da un ingente piano di attrazione di operatori esteri, invitati e ospitati a Milano durante il salone e la fashion week, a sostegno delle PMI. **Il potenziale di vendita per gli espositori aumenta attraverso la piattaforma digitale B2B con cui le aziende possono interagire direttamente con i propri clienti**, dialogare a distanza con i buyer che non possono raggiungere il salone, ma anche entrare in contatto con altri compratori nazionali e internazionali, sviluppando nuove opportunità di business. Durante i giorni del salone di settembre saranno inoltre attivate delle digital room per permettere ai brand selezionati di organizzare presentazioni in live stream curate da buyer internazionali.





**WHITE, L'UNIONE
 FA LA FORZA NELLA MODA
 E PROMUOVE "Milano
 Loves Italy", il progetto che fa quadrato attorno alla filiera e dà slancio alla città.**

WHITE quest'anno diventa portabandiera della rinascita di Milano, attraverso il movimento culturale **Milano Loves Italy, fondato da Massimiliano Bizzi insieme a CSM-Camera Showroom Milano** e appoggiato dai principali attori del sistema, tra cui Camera Nazionale della Moda Italiana, Camera Buyer Italia e con il supporto del Comune di Milano. «Si tratta di un movimento inclusivo, nato per progettare la ripartenza concreta della filiera e ridare slancio e nuova energia alla città simbolo del sistema moda», spiega Bizzi, «un'idea nata in una situazione di difficoltà che oggi si trasforma in opportunità, unisce forze plurali e supporta le sue aziende nel rassicurare gli operatori stranieri sul fatto che la città non ha smarrito il suo entusiasmo». Un atto d'amore nei confronti di Milano che, come dimostrano le cifre di Google Trends, mantiene la sua leadership di centro nevralgico del sistema moda nel mondo. Negli ultimi cinque anni è stata infatti l'unica tra le quattro capitali della moda mondiale a crescere costantemente nei volumi dei motori di ricerca da parte del consumatore globale.

In queste pagine alcuni dei brand protagonisti del prossimo White, che si terrà a Milano dal 22 al 26 settembre nelle location del Tortona Fashion District: Superstudio Più|Tortona 27 e BASE Milano-Ex Ansaldo|Tortona 54.

