PUBBLICAZIONE: Milanofinanza.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €3220.13
REACH: 236253
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 7182118.83
AUTORE: Alessandra Oristano
URL: www.milanofinanza.it
> 30 settembre 2026 alle ore 13:15
> Versione Online

White, buyer esteri in crescita del 14%



White chiude con un bilancio positivo e registra una crescita del 24% degli espositori con 450 marchi. Il salone internazionale della moda donna, che ha animato il Tortona district di Milano con due nuove location dal 24 al 27 settembre durante i giorni della fashion week milanese, rafforza la presenza di buyer esteri in aumento del 14%, mentre quelli italiani salgono del 10%, per un totale di 9.000 operatori presenti.

Il salone esprime la vivacità e l'attrattività della moda femminile in città grazie a un programma diffuso di eventi, talk, workshop, podcast, pop-up e momenti di networking. Il distretto si è trasformato in un vero e proprio punto di incontro per la fashion community, capace di animare gli spazi anche oltre gli orari espositivi e di creare nuove occasioni di relazione, scoperta e business.

In questo percorso di crescita e sviluppo si inserisce anche la collaborazione con Bologna fiere-Cosmoprof , che affiancherà il salone nel rafforzamento del percorso di internazionalizzazione e nei futuri progetti b2c nel Tortona district. Le due nuove location si affiancano a quelle storiche. Il T31 è dedicato a lifestyle, accessori e beauty, e il T35 a una proposta resortwear. A queste si aggiungono le nuove aree Nuvola, dedicata agli accessori, e Box, focalizzata su streetwear, urban e denim.

Sul fronte del sostegno alle imprese, White ha siglato l'accordo Filiere d'impatto con Simest , per accompagnare le aziende del fashion nei percorsi di crescita e internazionalizzazione e favorire l'accesso a strumenti di finanza agevolata. «Il grande lavoro fatto sul brand mix del salone ha portato a un forte incremento dei buyer, in particolare di quelli di rilievo internazionale. Allo stesso tempo, vedere questa nuova energia giovane animare tutta la zona Tortona, fino a tarda sera, è il segnale concreto di quanto il cambiamento di format, con l'introduzione di aree b2c, abbia saputo coinvolgere un pubblico più ampio. White si conferma così un progetto sempre giovane, innovativo e inclusivo», ha affermato il fondatore e presidente Massimiliano Bizzi

«Sono felice di aver contribuito ad un'edizione di White particolarmente frizzante, caratterizzata da un importante incremento dei buyer internazionali», ha aggiunto la vice presidente Monica Sarti. « Sia per il mio brand Faliero Sarti , che per i marchi che ho coinvolto nel progetto Monica & friends».

Onclusive
Tutti i diritti riservati
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: Milanofinanza.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €3220.13
REACH: 236253
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 7182118.83
AUTORE: Alessandra Oristano
URL: www.milanofinanza.it
> 30 settembre 2026 alle ore 13:15
> Versione Online

Tra i buyer presenti David Jones dall'Australia, dalla Francia Le Bon Marché e Printemps , dal Regno Unito Selfridges, dagli Stati Uniti Eden Rock , dalla Germania MyTheresa.com e L&T, dagli Emirati One&Only, da St. Barth Cheval Blanc per l'area worldwide, Roccoforte hotels e Belmond hotels

Special guest dell'edizione Kimhëkim , maison coreana fondata da Kiminte Kimhekim , che reinterpreta la sartorialità contemporanea attraverso un linguaggio sofisticato e sperimentale. Batakovic Belgrade , brand serbo fondato dalla designer Ivana Batakovic , con una proposta che combina eleganza contemporanea, funzionalità e cura dei materiali. Particolarmente apprezzati anche i marchi arrivati grazie alla collaborazione con Chapters di Federica Montelli , tra cui Duha, footwear brand che propone calzature dal carattere scultoreo e contemporaneo, con una forte componente artigianale. Sul fronte resortwear, hanno suscitato grande interesse Donde esteban , il brand di Esteban Cortázar che interpreta l'idea di un guardaroba vacanziero attraverso stampe vivaci, silhouette rilassate e un immaginario che unisce influenze caraibiche e mediterranee. Successo anche per il lifestyle italiano di Alessandro Enriquez con il suo universo colorato e ironico, capace di spaziare dalla moda all'home e al design. L'evento si è svolto con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano , col supporto del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale , di Ice agenzia e in partnership con Confartigianato imprese . (riproduzione riservata)

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/