



The Instinct Factor

WHITE[®]

SIGN OF THE TIMES

WHITE costanti i visitatori rispetto a Settembre 2022 con un incremento dei buyer esteri del +5% grazie alla strategia e crescita del progetto EXPO WHITE.

Grande successo di pubblico per WHITE VILLAGE il primo dopo salone di WHITE in partnership con MTV.

Si è appena conclusa una delle edizioni più intense e movimentate di **WHITE**, ricca di novità e numerosissimi eventi che hanno riempito il calendario delle giornate dal 22 al 25 settembre. Organizzato con il patrocinio di **Regione Lombardia** e del **Comune di Milano**, con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, di **ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero** e **l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e in partnership con **Confartigianato Imprese**.

Da **venerdì 22 a lunedì 25 settembre**, gli spazi diffusi nell'area del **Tortona Fashion District** si sono popolati di addetti ai lavori e di pubblico della città, alla ricerca delle novità della stagione primavera-estate 2024. Si tratta di uno degli eventi più rilevanti e dinamici promossi durante le **Milano Fashion Week**, e fin dai suoi esordi è riuscito ad attrarre numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo. Il salone si riconferma quale **piattaforma internazionale leader** di riferimento per le aziende moda donna e vetrina delle nuove tendenze. Presenti oltre 360 brand con un perfetto equilibrio tra aziende italiane e estere (50% italiane e 50% estere)

Consistente incremento di buyer da Francia, US, Middle East. Ritorna la forte presenza di Cina, Giappone e Corea. Tra i compratori possiamo citare: **24s.com (FR)**, **Samaritaine (FR)**, **Lost&Found (US)**, **Neiman Marcus (US)**, **Holt Renfrew (CANADA)**, **Harvey**

Nichols Doha (Qatar), **Galleries Lafayette Dubai (UAE)**, **Level Shoes (UAE)**, **Chaloub Group (UAE)**, **dal Saudi Arabia Westerly**, **Rubaiyat**, **Chapter4** e **Pattern**.

“Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. White contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a Febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da White sta raccogliendo i suoi frutti” afferma **Massimiliano Bizzi Fondatore di WHITE**.

Rinnovato il successo delle **Secret Room**, cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione hanno proposto le loro prossime collezioni.

Al salone presente una selezione di **dieci designer spagnoli** che hanno partecipato grazie alla collaborazione con **ICEX España Exportación e Inversiones** iniziata nel settembre 2017 e che continua tutt'oggi.

La visione di WHITE punta all'espansione e all'abbattimento delle barriere, favorendo una **comunicazione fluida** tra il mercato e le realtà creative di tutto il mondo attraverso **EXPOWHITE**. Designer e brand originari di Paesi che appartengono a una **geografia della moda non convenzionale** si sono ritrovati al Salone per presentare la propria visione di moda.

Presso il Padiglione Visconti, EXPO WHITE ha ospitato il progetto **Saudi 100 Brands**, il programma della **Fashion Commission** che promuove i fashion designer dell'**Arabia Saudita**. Nella serata del 20 settembre, a **Palazzo Serbelloni**, le collezioni dei designer sono state protagoniste di una **sfilata** accompagnata dall'esibizione dei ballerini del Teatro alla Scala di Milano. Dal **19** al **28** settembre, una selezione di brand sauditi è ospite del **pop-up** presso il famoso luxury concept store **10 Corso Como**.

Direttamente dalla prima edizione della **Yerevan Fashion Week** tenutasi ad inizio estate, è giunto a WHITE un gruppo di brand provenienti dall'**Armenia**.

La **Fashion Firm SA** ha presentato, **dieci designer sudafricani**, favorendo la loro apertura a nuovi mercati.

Lo spazio **Lounge** è stata la location dedicata alla collaborazione tra WHITE e **Scale7**, il primo incubatore di imprese moda e design fondato dalla Qatar Development Bank (QDB) in collaborazione con M7. Nel **Basement** era presente l'**avanguardia**, con brand fuori dagli schemi stilistici e lontani dalla produzione mainstream, mentre nelle loft hanno rinnovato la loro presenza grandi nomi dalla brand identity molto definita.

Dal 22 al 24 Settembre in orario serale, il Tortona Fashion District è stato animato dalla prima edizione del **WHITE VILLAGE**, il primo dopo salone organizzato durante la Milano Fashion Week. Un successo di pubblico e recensioni per un evento in cui la moda si è mescolata con la città, la musica e food and drink grazie anche alla preziosa collaborazione di partner d'eccezione.

Le location coinvolte sono state: il giardino di **Superstudio** con la presenza di una postazione DJ set **powered by MTV Italia**, White **Bistrò presso PHYD e il The Botanical Club**. Nella White Casa e presso White Bistrot sono stati organizzati delle degustazioni e aperitivi a tema, grazie alla collaborazione con **Insula Sardinia Quality World**, il network promozionale dell'Assessorato del turismo, artigianato e commercio della Regione Sardegna.

Grande affluenza anche presso l'auditorium del **MUDEC** per il palinsesto "The couture code. L'impatto dell'AI sull'industria della moda" che ha visto la partecipazione di numerosi partner tra i quali **Albini Group**, importante azienda tessile italiana, e **Mesmerise** azienda leader nel settore dell'intelligenza artificiale fondata nel 2016.

WHITE – ancora una volta – si è confermato sinonimo di qualità, di ricerca, di innovazione, di tendenze moda established ed emergente, di sostenibilità, in grado di attirare il grande pubblico del settore e dare la meritata visibilità ai brand partecipanti e a tutti i suoi partner.