



Dal 24 al 26 settembre 2016 in zona Tortona

OLTRE 22MILA VISITATORI A WHITE MILANO

Vola White Milano 2016, in termini di numeri e in termini di iniziative. Il Salone dedicato alla moda contemporary ha, infatti, chiuso i battenti lo scorso 26 settembre con un totale di 22.176 visitatori (+10% rispetto a settembre 2015) e ad una presenza sempre più importante di buyer provenienti da tutto il mondo che hanno affiancato le migliori boutique multibrand italiane.

Sul fronte espositivo, su una superficie di 20mila mq (+12% su settembre 2015), White ha accolto 500 aziende di abbigliamento e accessori donna, dislocate nelle tre location di TORTONA 27 SUPERSTUDIO PIU', TORTONA 54 EX ANSALDO, TORTONA 35 HOTEL NHOW. Di queste, 346 erano italiane e 164 straniere, con una crescita di ben il 32%.

Il Salone di via Tortona ha sfruttato come di consueto l'affluenza nella città meneghina legata alla Set-

timana della Moda, ma soprattutto ha puntato su una ricerca forte di nuovi brand e stilisti, provenienti soprattutto dall'estero. Vanno in questa direzione il nuovo padiglione Whiteeast Introducing China, dedicato alla moda contemporary cinese, con il marchio Jimnn che è anche stato protagonista di una performance-evento nell'area garden di via Tortona 27. Partner del progetto Whiteeast Introducing China è stata LuisaviaRoma, che ha selezionato per il proprio catalogo online 4 marchi emergenti tra i 10 giovani talenti cinesi. Nelle aree speciali erano però presenti anche designer provenienti da Georgia, Belgio, Portogallo, Argentina, mentre il progetto Break Time ha portato in fiera quattro designer provenienti da Estonia, Georgia, Belgio e Kazakistan.

Tra i progetti a supporto delle nuove generazioni di stilisti e volti a valorizzare le nuove frontiere

dell'artigianalità ricordiamo It's Time to South, che ha ospitato per la seconda volta alcuni talentuosi designer provenienti dal sud Italia, e White Studio - It's Time to Contemporary Artisan, primo progetto di Moda Italiana Aziende Contemporary (MIAC), nato dall'accordo con Confartigianato Moda.

Ma White è andato oltre i confini della città di Milano, con

quattro eventi dedicati durante le fashion week di Shanghai, Seoul, Dubai e Berlino che hanno celebrato il Made in Italy nei mesi di ottobre e novembre: un Road Show, intitolato It's time to White', che ha dato così un assaggio del brand-mix del Salone, promuovendo le aziende italiane della moda contemporary nel mondo.

Info: www.whiteshow.it ■



From 24 to 26 September 2016 in the Tortona fashion district

MORE THAN 22 THOUSAND VISITORS AT WHITE MILANO

White Milano 2016 flies high, in terms of numbers and in terms of initiatives. The show dedicated to contemporary fashion, in fact, ended this past 26 September with a total of 22,176 visitors registered (+10% from September 2015) and an increasingly important number of buyers coming from all over the world, together with the very best multibrand Italian boutiques.

In terms of the exhibition itself, White's surface area of 20 thousand square meters (+12% on September 2015) welcomed 500 women's brands of clothing and accessories, which were divided up into the three locations of TORTONA 27 SUPERSTUDIO PIU', TORTONA 54 EX ANSAL-

DO, and TORTONA 35 HOTEL NHOW. Of these, 346 were Italian and 164 were foreign, with an astounding growth of 32%.

The Show in via Tortona 'took advantage' as usual of the turnout connected to Milan Fashion Week, but above all, it focused on presenting a careful selection of new brands and stylists, with a special emphasis on foreign proposals. In fact, the international scope of the show was reconfirmed by the new Whiteeast Introducing China pavilion dedicated to contemporary Chinese fashion, with the brand Jimnn featured as the protagonist of an event-performance that was held in the garden of via Tortona 27. Partner to the Whiteeast Introducing

China project was LuisaviaRoma, which selected 4 emerging brands from among the 10 young and talented Chinese designers for its own online catalog.

However, the special areas also featured designers coming from Georgia, Belgium, Portugal, and Argentina, while the Break Time project brought four designers from Estonia, Georgia, Belgium and Kazakhstan to the show.

Among the projects in support of the new generation of stylists, which were aimed at highlighting the value of new frontiers in craft workmanship, of particular note were It's Time to South, which hosted a selection of young designers coming from Southern Italy for the second time; and White Studio - It's Time to

Contemporary Artisan, the first project of Moda Italiana Aziende Contemporary (MIAC), launched as part of the agreement with Confartigianato Moda.

However, White, also went beyond the city limits of Milan, with four dedicated events held during the fashion weeks in Shanghai, Seoul, Dubai, and Berlin, celebrating Made in Italy in the months of October and November: a Road Show entitled 'It's time to White' gave a special mini-preview of the brand-mix of the Show, promoting Italian companies specialized in contemporary fashion on a worldwide level.

Info: www.whiteshow.it ■