

GIU  
12

WHITE®

## White Milano, da giugno le collezioni uomo e donna nella stessa fiera

ACCESSORI / ENTI FIERISTICI / GIOIELLI / TRADE pubblicato da PREZIOSA / 0 commenti

Dal 20 al 22 torna la rassegna nel Tortona Fashion District: siglato un accordo per l'internazionalizzazione tra la rassegna milanese e Cna Federmoda



L'internazionalizzazione e lo sviluppo delle imprese passano per Milano. A pochi giorni dall'edizione di giugno (dal 20 al 22) di White Milano annunciato un accordo di affiliazione tra CNA Federmoda e The White Club, l'associazione dedicata alle iniziative speciali per gli espositori del salone milanese. Per aiutare le imprese artigiane di settore, non sempre in grado di raggiungere i mercati internazionali, CNA Federmoda - che ha solide relazioni con l'ICE e con il Ministero dello Sviluppo Economico, con le Regioni, le Camere di Commercio, Comuni e altre istituzioni - insieme con White progettano e mettono in atto iniziative concrete per promuovere, valorizzare e commercializzare all'estero le loro produzioni.

CNA Lombardia, CNA Milano e M. Seventy (il gruppo al quale fanno capo White e The White Club), sono già al lavoro da tempo. Hanno, infatti, partecipato e vinto un bando di Regione Lombardia con il progetto "La Tradizione il Valore e il Bello": trenta piccole imprese artigiane del settore moda conddivideranno un percorso formativo che prevede approfondimenti su tendenze, distribuzione, comunicazione e gestione di social media, per poi sbarcare a White nelle edizioni di gennaio e febbraio 2016.

*"Il nostro scopo è quello di portare a Milano i principali buyer esteri, seguendo un programma di appuntamenti B2B - dichiara Brenda Bellei, amministratore delegato di M. Seventy. - Sono da poco rientrata da un lungo viaggio in Medio Oriente dove, grazie alla collaborazione delle sedi ICE locali ho potuto incontrare personalmente circa 40 tra manager e titolari dei più importanti department store e multimarca di Beirut, di Dubai e del Kuwait. Sono tutti rimasti favorevolmente colpiti da questa iniziativa, tanto che, alcuni hanno già dato la propria adesione a visitare White di giugno e di settembre. Grazie all'aiuto di CNA Federmoda mi auspico di poter ripetere il format, coinvolgendo concretamente tutte le principali sedi estere dell'ICE affinché si adoperino, insieme a noi, a comunicare, invitare e fare arrivare a Milano il maggior numero di buyer possibile auspicando anche la realizzazione di eventi che coinvolgano l'intero sistema moda, per dare un plus indispensabile alle aziende italiane, soprattutto in un momento economicamente così difficile".*



*"Gli associati a CNA Federmoda rappresentano l'intera filiera produttiva del tessile, abbigliamento, pelle, cuoio, calzature e occhialeria e, con l'affiliazione di The White Club, auspichiamo sicreino le condizioni per accompagnarli in un percorso di crescita sui mercati internazionali - sottolinea Antonio Franceschini, responsabile nazionale di CNA Federmoda -. CNA ha, nel proprio portafoglio, una vasta offerta di servizi che possono essere di supporto alle imprese espositrici di White e la valenza di White sarà di aiuto a chi intende proporsi ad una ampia e qualificata rete di operatori commerciali".*

Il salone milanese White, cuore pulsante del Tortona Fashion District, si appresta a varare dal 20 al 22 giugno un'edizione le cui cifre, il 20% circa di espositori in più rispetto all'edizione di gennaio 2015, confermano il successo della formula adottata nelle ultime stagioni: collocare ogni azienda selezionata in spazi idonei a presentare sia le collezioni maschili che quelle femminili. **Nell'edizione allo start-up sono, a o oggi, 207 espositori, 71 dei quali sono solo menswear, 31 solo donna e ben 105 con entrambe le proposte (donna e uomo), insieme e nello stesso spazio.** In questo modo, sommando le singole collezioni, a White saranno presentate 136 proposte donna e 176 maschili.

White vara ONLY WOMAN uno sezione inedito, interamente dedicata alle collezioni womenswear di marchi selezionati e proposti ai compratori attesi in via Tortona 27. Questa edizione ospita anche il **Time Award**: il progetto di brand accelerator rivolto alle **aziende contemporary italiane e internazionali** porta a compimento il suo primo step. La finale che premia il marchio votato dai buyer - possono partecipare anche i marchi di **bijoux e gioielli** - con quattro trunk show in altrettante boutique haut de gamme. L'iniziativa messa a punto con il patrocinio del **Comune di Milano** in tandem con **Camera Italiana Buyer Moda**, la partnership con Lancia e il sostegno di Farfetch culmina con la **presentazione dei dieci finalisti, ospiti di White in un'area dedicata e la proclamazione del vincitore con l'assegnazione dei premi speciali.**