



White, a settembre l'edizione fisica

«Stiamo rivedendo il layout espositivo e il brand mix per una nuova formula. Prevediamo 250 brand, occuperemo il Superstudio Più e l'Ex Ansaldo, due location al posto che tre». Con queste parole Massimiliano Bizzi, fondatore di White Milano (nella foto, un adv), ha spiegato gli obiettivi per la prossima edizione fisica del salone, dal 23 al 26 settembre durante Milano moda donna, evidenziando l'importanza del fare sistema e dell'internazionalizzazione. Sono 10 mila invece i visitatori stimati. Al centro anche l'adv Sign of the times, focalizzato sulla new generation di creativi. «Ho un sogno, che Milano diventi un grande Expo. Il settore deve essere più inclusivo e aprirsi alla città e al pubblico».



Dal 19 al 21 giugno il format phygital Wsm-White sustainable Milano, realizzato grazie al supporto di Maeci e Ice Agenzia e alla partnership con Confartigianato imprese, porterà in scena 50 brand, workshop, talk ed eventi nei negozi della città, sotto la direzione artistica di Matteo Ward, co-founder di Wråd.

