

Saloni

WHITE CHIUDE CON L'ESTERO IN SALITA (+3%)

Buon afflusso da Asia, Stati Uniti e Canada. A giugno debutta la sezione B&C White street market

Scende il sipario sull'edizione invernale di **White man & woman**. Il salone organizzato da **M.Seventy** chiude mettendo a segno la progressione delle presenze di buyer internazionali (+3%) mentre l'Italia registra una flessione rispetto all'edizione di gennaio 2017. La manifestazione di via Tortona ha convinto i player esteri e in particolar modo quelli asiatici, giapponesi e coreani in primis, europei e canadesi e statunitensi. Un risultato che ha tutto il potenziale di aumentare con l'edizione di giugno 2018 quando il salone ospiterà, accanto al tradizionale format, l'iniziativa **White street market** dedicata ai buyer ma anche ai consumer. «I numeri sono in linea con le aspettative. L'estero è più forte, in termini numerici e qualitativi, mentre l'Italia risulta un po' più debole. Ora concentriamo gli sforzi sulle prossime edizioni, quella dedicata al womenswear a febbraio e l'edizione di giugno che sarà la prima ad aprire i battenti a buyer e pubblico finale durante una fashion week», ha detto a **MFF Massimiliano Bizzi**, founder di White. «Con **White street market**, che affianca il normale svolgimento del salone, vogliamo creare un dialogo tra tutti gli attori del fashion, marchi, compratori e consumatori». Il pubblico, infatti, potrà acquistare direttamente in loco alcuni progetti speciali realizzati apposta per il salone. (riproduzione riservata)



Sopra, **White man & woman**

Barbara Rodeschini

