

<http://www.modaonline.it/marchi/w/white/2016/white-chiude-i-battenti-in-crescita-del-22-rispetto-all-edizione-di-gennaio-2015-con-5000-top-buyer-su-7000-visitatori/>

**NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS**

**SALONI**

## White chiude i battenti in crescita del 22% rispetto all'edizione di gennaio 2015 con 5.000 top buyer su 7.000 visitatori



MODAONLINE - White Man and Woman conferma con i numeri il successo di una formula che abbina, nella stessa area espositiva, le ultime novità delle collezioni maschili più innovative con le preview donna dell'autunno inverno 2016/17. Nell'edizione che si è conclusa lunedì 18 gennaio scorso, al salone di via Tortona 27 e 54 la presenza dei compratori italiani e stranieri è cresciuta del 22% rispetto a gennaio 2015 per un totale di 7.000 visitatori, di cui 5.000 top buyer.

In testa alla classifica delle presenze svettano gli orientali provenienti da Giappone, Corea e Cina.

Con i suoi 233 espositori spalmati in 13mila metri quadrati, White ha raddoppiato il numero di aziende con le sole collezioni donna nell'area Only Woman (40 espositori), inaugurando una nuova area sportswear W.S.016 (20 espositori) e varando una nuova collaborazione per la sezione WOW (White On Web) by Highsnobiety con Luisaviaroma.com che ha coinvolto 10 aziende.

Altre due aree, La Tradizione, il Valore il Bello hanno acceso i riflettori sul lavoro di 21 artigiani divisi in due sezioni: Training & show con 16 aziende che fanno capo a Cna Federmoda e Exhibition con cinque interpreti dell'antica ars sutoria italiana.

Dopo il successo dell'anno scorso, Lancia è nuovamente partner di White con una speciale esposizione della Ypsilon unconventional, personalizzata dall'artista Erika Calesini, che per questa edizione ha utilizzato borchie black and white firmate Ramponi.

"La collaborazione con White – commenta Antonella Bruno, responsabile del brand Lancia per la regione EMEA - ribadisce la forte propensione al dialogo con il mondo della creatività e l'attenzione ai nuovi linguaggi."

L'assessore alla Moda del Comune di Milano Cristina Tajani, ha recentemente enfatizzato l'appeal internazionale della città e il ruolo di White durante le fashion week dichiarando: "Saloni come questo portano a Milano fino a oltre 20mila visitatori e quindi un turnover di affari e di turismo che per la città è estremamente importante".

Parole a cui fanno eco quelle di Massimiliano Bizzi, fondatore di White, che ha dichiarato: "Il sistema fieristico della moda italiana si sta imponendo con numeri importanti anche sotto il profilo qualitativo. White rappresenta la realtà di innovazione e ricerca che, puntando anche sulle pre-collezioni donna riesce a raggiungere risultati sempre più significativi".

"In una settimana della moda milanese effervescente e ricca di proposte di altissimo livello - ha dichiarato, infine, Mario Dell'Oglio, presidente della Camera Italiana Buyer Moda - White si colloca tra gli eventi più significativi. Forte di un'offerta dedicata ai piccoli ma selezionati produttori menswear con la loro personale interpretazione del contepraneo, , dobbiamo al salone di via Tortona la chance di esporre le pre-collezioni donna per l'autunno-inverno 2016/17, permettendo ai buyer una panoramica strategica per le nostre scelte".

Tuesday, January 19, 2016