

Kermesse

White vola e chiude a **+34%**

Impennata dei buyer per il salone di M.Seventy, che vuole conquistare altre location a Milano. **Barbara Rodeschini**

Si chiude con successo l'ultima edizione di **White gennaio**. La kermesse organizzata da **M.Seventy** continua nella sua parabola ascendente crescendo in termini numerici e qualitativi. «L'energia che si è respirata in questi giorni, tra Firenze e Milano, dimostra che il nostro sistema è capace di attrarre il più alto numero di compratori internazionali. Ci eravamo posti obiettivi importanti e siamo molto soddisfatti: White gennaio è oggi un appuntamento irrinunciabile per il settore della moda di ricerca. E i numeri ci confermano di avere intrapreso la strada giusta», ha spiegato a **MFF** il fondatore **Massimiliano Bizzi**. «A +20% gli espositori e a +34% i buyer presenti. Abbiamo portato da noi i compratori più importanti al mondo, con una crescita sull'estero del 22% dovuta soprattutto alle presenze del far east ma anche con un incremento significativo sul fronte Italia con una crescita del 40%». Con 180 espositori che hanno raccontato l'avanguardia del menswear autunno-inverno



Sopra, un'immagine di White

2015/16 e le pre-collezioni donna, White gennaio per la prima volta ha ampliato il suo perimetro andando a comprendere anche gli spazi dell'ex Ansaldo: «L'obiettivo, in tre stagioni, è di riempire la totalità delle location di via Tortona 27 e 54 solo però con le collezioni più esclusive e rappresentative del mondo contemporary. La prossima edizione sarà dedicata al mondo femminile, in calendario dal 28 febbraio al 2 marzo, con circa 500 espositori e sorprenderà per la straordinarietà dell'offerta», ha continuato Bizzi, «siamo consapevoli di essere diventati un punto di riferimento nel panorama fashion e siamo determinati a lavorare per portare il nostro lifestyle anche all'estero. La road map? Puntiamo ad essere pronti per il 2016 dando priorità alle piazze più sensibili alla ricerca ossia Usa e Asia». (riproduzione riservata)

