

IL BILANCIO IL SALONE DELLE TENDENZE HA PORTATO A MILANO 12 BRAND NORD EUROPEI White chiude con un +20% e si espande a Copenaghen

White, il salone delle tendenze, chiude a +20% di visitatori rispetto all'edizione di giugno 2015 e il Far East si conferma tra i mercati più ricettivi alle novità di White. Duecentocinquanta brand di cui 185 precollezioni donna hanno attirato oltre 6000 visitatori registrando una crescita del 13% anche all'interno dei buyer italiani. «La strategia di White con il costante lavoro con le istituzioni sta mostrando i primi risultati, c'è una presenza estera di qualità che apprezza la formula delle precollezioni donna insieme a una selezione menswear di ricerca. Sono felice - dice Massimiliano Bizzi, presidente di White - di constatare che il Tortona fashion district è oggi un punto di riferimento per i buyer durante la fashion week, grazie an-

che alla presenza di Camera Moda e Camera Buyer moda che ha inaugurato in via Tortona 27 la sua sede». Successo anche per le precollezioni donna con la crescita di only woman con special area di impatto come quella di Vivetta che ha presentato la sua resort collection con una live performance all'interno di White. Tra le novità di questa edizione la nuova collaborazione con la fiera Revolver di Copenaghen che ha portato a White 12 brand tra i più cool del panorama nord europeo come Wood Wood, Henrik Vibskov, Sandqvist e Soulland. «Questa prima edizione di Revolver inside White è stata una esperienza fantastica, è sempre stimolante viaggiare e capire come sta evolvendo il modello fieristico di ricerca nel mondo», ha detto Christian maibon creativ director di Revolver.

