

Saloni

White, decollano i visitatori (+20%)

La fiera dedicata alle precollezioni donna e al menswear per l'estate 2017 registra 6 mila entrate, con un forte afflusso dall'estero, in particolare dalla Russia (+26%). **Pagina a cura di Barbara Rodeschini**

Scende il sipario sull'edizione estiva di **White Women's Precollections + Menswear**. Il salone milanese, organizzato da **M.Seventy**, chiude con oltre 6 mila visitatori, in aumento del 20% rispetto all'edizione di giugno 2015. Un obiettivo raggiunto grazie ad un'offerta in crescita (questo giugno sono stati 250 i brand a partecipare, con un progresso del 2% rispetto all'edizione di giugno 2015), ma anche grazie a una strategia mirata per raggiungere i migliori retailer italiani e internazionali. «La strategia di White, grazie al costante lavoro con le istituzioni, il sistema Milano e **Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**, sta già mostrando i primi risultati con una presenza estera di qualità, che apprezza la formula delle precollezioni donna, insieme a una selezione menswear di ricerca. Sono molto entusiasta di constatare che il Tortona fashion district», ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, presidente di **M.Seventy**, a cui fa capo il salone, «è oggi il punto di riferimento per i buyer durante la fashion week, grazie anche

alla presenza di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana** e della **Camera italiana buyer moda**, che ha inaugurato in via Tortona 27 la sua sede». E se la presenza di buyer italiana è stata positiva (+13% secondo i dati comunicati ieri sera dal salone), a trainare i risultati è stata soprattutto la presenza di operatori esteri, in progressione del 20%, provenienti in particolare dal Far East (con il Giappone che cresce del 18% e registra la partecipazione di top buyer come **United Arrows** e **Isetan**), mentre la Cina aumenta del 15%), ma anche dagli Usa a +13%, con nomi del calibro di **H Lorenzo** (Los Angeles), **Need Supply** (Richmond), **Hotoveli** (New York) e dalla Russia a +26%. Tra le novità di questa edizione del salone c'è da evidenziare il primo capitolo della collaborazione con la fiera danese **Revolver**, che ha portato a

Milano una selezione di 12 brand nordeuropei, ospitati nella sezione **Revolver inside White** (che avrà poi una reciprocità ad agosto a Copenaghen con la partecipazione di una decina di aziende selezionate da White). «Questa prima edizione di Revolver inside White è stata un'esperienza fantastica grazie all'organizzazione di White e al feedback positivo di stampa e buyer, che hanno dimostrato grande interesse per le collezioni», ha sottolineato **Christian Maibom**, fondatore e direttore creativo di Revolver, «È sempre stimolante viaggiare per capire come sta evolvendo il modello fieristico di ricerca in tutto il mondo. Il confronto ci stimola a fare sempre meglio; ringrazio l'Italia e vi aspetto a Copenaghen». Non solo, il salone di via Tortona ha anche evidenziato l'interesse nei confronti dei talenti di ultima generazione grazie al proseguimento delle attività legate ai giovani e ai premi dedicati al fashion system di nuova generazione (vedere box qui sotto). (riproduzione riservata)



Qui sopra, un'immagine dell'ultima edizione di White a Milano

