



WHITE chiude con un aumento di visitatori del 23% rispetto a settembre 2021

Fiere

26 Set, 2022

Comments: 0

WHITE chiude con un aumento di visitatori del 23% rispetto a settembre 2021" rel="prettyphoto"> **WHITE** chiude con un aumento di visitatori del 23% rispetto a settembre 2021" title=" **WHITE** chiude con un aumento di visitatori del 23% rispetto a settembre 2021" id="431d5622">

White

Un nuovo percorso all'insegna dell'internazionalità e dell'evoluzione estetica che ha portato a un incremento qualitativo e quantitativo di presenze di top buyer da tutto il mondo: + 18% di compratori esteri vs settembre 2021.

Tra le presenze più significative i buyer dei principali department store e gruppi retail più importanti del mondo, con nomi come Al Tayer UAE, Bergdorf Goodman New York, Harvey Nichols Kuwait, Bloomingdale's New York, Galeries Lafayette Doha, Ounass.com, Beymen Turkey, MatchesFashion.com, David Jones Australia, CNTRBND Canada, The Collective India, Hudson's Bay Canada, Apropos Koeln, Opener Korea, Vertice London, The Library UK, The Edit Dubai, Aïshti Lebanon, Margreeth Olsthoorn Rotterdam, Level Shoes Dubai, Tom Greyhound Paris, Illum Copenhagen, Smets Belgium, Retro Norway, Joyce Hong Kong, Lane Crawford Hong Kong, Ouimillie Boston, Viva Boutique Ghana, The Webster Miami, LN-CC London, Eng Concept Store China.

White

Una selezione di 400 marchi / 19.850 mq / 5 location / 65 tra special project ed eventi che hanno coinvolto più di 16.000 visitatori.

White

Dreaming Eli by Elisa – Marshall Columbia – Didù – Windowsen – Maktoub – Who Decides War – Polite – Teddy Von Ranson – Darkai – Simon Cracker e Kidsuper, Emerging Designer of the Year per il Council of Fashion Designers of America, sono solo alcuni dei brand che hanno fatto di questa edizione un successo importante per il settore, testimoniato non solo dalla qualità delle presenze ma anche dal riscontro sui social media. +300% le interazioni su Instagram che nei giorni del salone sono state 38.786 totalizzando 110mila impression in organico.

C'è anche **EXPO WHITE** che ha aperto le porte a nuova geografia della moda. L'inedito format, patrocinato dal Ministero della Cultura, diffuso nelle cinque location del Salone, ha portato designer e brand provenienti da paesi fuori dai circuiti convenzionali della moda. I migliori talenti di Arabia Saudita, Paesi Bassi, Brasile e Sudafrica, sono stati raccontati attraverso una nuova narrativa ispirata da cultura e business. Nello specifico, il progetto Saudi100Brands, ha presentato una selezione di designer della Saudi Fashion Commission di cui l'85% donne. Imprenditrici e creative che hanno portato il loro forte heritage artigianale mixato a un design contemporaneo per una proposta creativa di forte attrattività internazionale. Una straordinaria opportunità d'incontro tra culture e filiere di diversa origine in un progetto a lungo termine che vede non solo i talenti ma anche le aziende produttrici creare nuovi spazi di sviluppo e collaborazione.



White Sustainable Milano racconta la filiera produttiva della moda e la sua transizione verso la sostenibilità e l'innovazione tecnologica con un focus inedito sulla digitalizzazione del fashion retail e con ospiti eccezionali come Javier Goyeneche ideatore del fenomeno Ecoalf. Il **Circular Stage** è stato ancora una volta palcoscenico del ricco palinsesto di talk e workshop, panel di discussione e importanti momenti di formazione e informazione. I protagonisti internazionali della transizione tecnologica e digitale, si sono confrontati su tematiche di grande attualità quali digital passport, greenwashing, materiali e tecnologie innovative, agricoltura rigenerativa e nuove frontiere del retail.

E poi tante aree speciali All'Archiproducts **WHO DECIDES WAR**, il brand di **Everard Best**, AKA **Ev Bravado eTéla D'Amore** che hanno cambiato forme e utilizzi del denim con una creatività unconventional. **Pet Liger**, la native web3 fashion house fondata dal Direttore Creativo Constantinos Panayiotou, ha scelto **WHITE** per la sua prima mostra di arte generativa, realizzata in collaborazione con l'architetto computazionale Pico Velasquez, in arte VIIRA, e con il sound designer e produttore AKITO che è stata parte di un'asta NFT aperta al pubblico, in collaborazione con SuperRare.

Una mirror room ideata per la campagna di **WHITE "An Eye On The Future"** che ha unito la forza comunicativa del linguaggio CGI a quello tradizionale: un'esperienza immersiva per mettere in evidenza il valore assoluto della bellezza degli animali.

Un'evoluzione strategica quella di WHITE che si prepara al suo progetto di esportazione del format oltreoceano.

*"Questa edizione dimostra che il nuovo percorso intrapreso da **WHITE** sta dando i suoi frutti. Anzi, ne sta dando tanti, oltre le aspettative di un settore che per quanto messo alla prova dagli eventi recenti dimostra una forte capacità di reazione. **White** rappresenta una chiara risposta alle esigenze di brand e buyer che continuano a dare energia a un mercato, quello della moda, in continua evoluzione. La qualità del brand mix e dei talenti creativi, la forza dei contenuti innovativi e dei format inediti per un trade show si sono rivelati vincenti e capaci di attrarre i migliori buyer e operatori di settore. La nostra visione ci spinge a una continua crescita."* Dichiarò **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **WHITE**.

La manifestazione, con la direzione artistica di **Massimiliano Bizzi** e di Beppe Angiolini (fondatore di Sugar), è stata realizzata grazie anche al supporto di **MAECI e ICE Agenzia**, in partnership con Confartigianato Imprese, con il contributo della Regione Lombardia e il patrocinio del Comune.

Di nuovo in sinergia con **White** e i suoi contenuti i partner **Scalapay Innovative FinTech Partner e BMW Sustainable Mobility Partner** che hanno scelto la manifestazione per comunicare un sistema valoriale rivolto alla sostenibilità, digitalizzazione e alla circolarità del mercato.

www.whiteshow.com

