

White

al via nel segno dell'internazionale

Sale oggi il sipario sulla nuova edizione del salone di via Tortona. Sotto i riflettori 500 marchi in un percorso che tocca i 18 mila metri quadrati. Tra le novità anche l'alleanza con Ice per promuovere la creatività italiana nel mondo. A cura di Barbara Rodeschini

Progettualità e strategia. Sono queste, in sintesi, le linee guida della nuova edizione di White in calendario da oggi all'interno del Tortona fashion district di Milano. Il salone dedicato alla moda contemporary è pronto per un'edizione da record con 500 espositori di cui 176 nomi nuovi e 142 marchi esteri. Organizzato in un percorso espositivo puntuale, che tocca i 18 mila metri quadrati tra le location di via Tortona 27 Superstudio Più, 35 Hotel Nhow e 54 Ex Ansaldo, l'appuntamento organizzato da M.Seventy punta a promuovere la creatività italiana nel mondo grazie a un network che vede insieme i principali attori del sistema moda. «Abbiamo, da qualche tempo, iniziato un percorso che vede White affiancato alle istituzioni, al fine di rafforzare la presenza di buyer e stampa internazionali a Milano: Primo fra tutti il Comune di Milano che oltre a essere l'Ente patrocinatore è partner del salone nell'utilizzo dell'area Ex Ansaldo di via Tortona 54 e per gli eventi fuori-salone», ha spiegato a *MFF* Brenda Bellei, ceo di White. «La novità per il 2016 sul fronte dei rapporti istituzionali riguarda la partnership con Ice-Agenzia per la Promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, proprio al fine di rafforzare ulteriormente la presenza dei compratori e della stampa proveniente da tutto il mondo alla nostra manifestazione. Grazie a Ice abbiamo avviato una serie di iniziative tese all'internazionalizzazione delle nostre aziende come il progetto *It's time to south*, la sezione dedicata alle giovani realtà del Sud Italia che saranno presentate a un gruppo di buyer invitati dall'Ice e poi anche il potenziamento di Time award, la nostra iniziativa incubatore studiata in partnership con Lancia, che nell'edizione 2016 avrà in giuria quattro buyer internazionali selezionati da Ice. E non è tutto, nel corso del secondo semestre 2016, inoltre, Ice sarà al nostro fianco per presentare White nelle più importanti capitali della moda nel mondo». E proprio grazie all'intesa tra il salone e l'ente governativo si è potuto raggiungere un duplice risultato, come ha poi aggiunto Bellei: «Questa collaborazione nasce dalla vicinanza di intenti tra White e Ice. Entrambi siamo accomunati dal desiderio di condividere l'eccellenza del made in Italy e siamo determinati a portare sulla scena internazionale le aziende più interessanti e dal più alto potenziale. Si tratta di realtà destinate al successo ma che hanno bisogno di essere supportate in una fase delicata come quella del debutto sui mercati globali. E se, da un lato, White rappresenta una vetrina affacciata sul mondo della moda di ricerca e sulla cultura contemporary, dall'altro il dialogo con le istituzioni è il veicolo più efficace e vincente per dare forza a un salone che evidenzia una costante crescita progettuale e che punta a distinguersi anche in una dimensione internazionale». (riproduzione riservata)

