



White a quota 18.850 visitatori, + 24 per cento di buyer rispetto a settembre 2021



La kermesse fondata da **Massimiliano Bizzi** ha chiuso i battenti ieri, a Milano, con un totale di 18850 visitatori, con una crescita del 24 per cento di buyer rispetto a settembre 2021.

Il salone, **White** Sign of the times, andato in scena dal 24 al 27 febbraio, si è svolto su una superficie totale di 18mila metri quadrati e ha ospitato 330 marchi.

L'evento, per la prima volta, ha ospitato Wsm, **White** sustainable Milano

L'evento, per la prima volta, ha ospitato Wsm, **White** sustainable Milano, il progetto fashion tech dedicato alla filiera produttiva sostenibile e alle nuove tecnologie a supporto della transizione ecologica e tecnologica delle piccole e medie imprese.

"È il momento di guardare con attenzione ai nuovi obiettivi finalizzati alla decarbonizzazione, sostenendo le aziende del tessuto produttivo del nostro Paese. Sono orgogliosa di essere italiana e di poter dare il mio contributo in momento così importante per questo Paese che rappresenta il secondo in Europa per la manifattura e il primo nella moda. È prioritario sostenere le aziende della filiera che lavorano costantemente per trovare nuove tecnologie al fine di ridurre le emissioni", ha sottolineato il sottosegretario di Stato del Ministero della transizione ecologica Vannia Gava in visita a **White** e Wsm.

"Questo risultato è importante. Dimostra ancora una volta che progettualità e sistema sono le chiavi di un lavoro di successo, anche in un momento storico così particolare. Stiamo procedendo con coerenza rispetto ai nostri piani di sviluppo e di evoluzione della visione della settimana della moda che da tempo concepiamo come un Fashion expo unico nel sistema internazionale. Siamo in costante dialogo con le istituzioni e i maggiori attori della città e delle imprese di moda affinché l'intuizione di Sign of the Times si trasformi in una realtà pragmatica e innovativa", ha detto **Massimiliano Bizzi**, founder di **White**, augurandosi che oggi Milano realizzi la rilevanza della partita che sta giocando, ne colga l'opportunità strategica nel confronto con le altre capitali del fashion, in primis Parigi, e continui su questa strada".

Numerosi eventi e installazioni nelle location del Mudec, Museo delle culture, House of Bmw e nell'area dedicata a **White** Casa hanno alimentato quest'edizione della kermesse come piattaforma interdisciplinare in cui la creatività di talenti emergenti, marchi affermati e partner strategici, si sono fusi in una celebrazione comune di arte e moda con partner internazionali come London Showroom, 032c, Nss Magazine, Spain



Fashion Designer.

Presso **White** Cube è andata in scena la prima expo dedicata alla calzatura contemporanea con una connotazione di design che per la prima volta entra in comunicazione con il valore unico del cimelio da collezione, patrimonio del Museo Internazionale della calzatura Pietro Bertolini di Vigevano.

The Saddler, Sebastian Milano, Coliac by Martina Grasselli, Thomas Newman, Kallistè, Ajoy Sahu, Dubie, Reike Nen, Havva, Katrine Hanna, Gray Matters, Soulier Martinez sono stati i brand selezionati all'interno di questo progetto.

Courtesy of **White**

