



White chiude con +45% di presenze e +24% buyer

Si conclude l'edizione di febbraio di **White** – Sign Of The Times con 18.850 visitatori , un incremento di buyer del rispetto a settembre 2021 e un di presenze grazie al lancio di WSM Una stagione che vede format location e contenuti innovativi uniti alla continua ricerca di brand rappresentativi delle tendenze che verranno. Sono stati poi talk workshop e momenti di formazione a implementare l'attrattività della fiera

È stata, inoltre, la prima volta che all'interno dei suoi spazi (di 18.000 mq totali) 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 PMI

“ 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 un momento così importante per l'Italia, seconda in Europa per la manifattura e la prima nella moda. È prioritario sostenere le aziende della filiera che lavorano costantemente per trovare nuove tecnologie al fine di ridurre le emissioni. L'obiettivo di questo Ministero è quello di costruire un percorso condiviso con le imprese per sostenerle ma soprattutto accompagnarle in questo importante processo d'innovazione responsabile ”, afferma Vannia Gava , sottosegretaria di Stato del Ministero della Transizione Ecologica.

Per quanto riguarda i buyer il risultato è molto positivo . Anche da Paesi extra-europei , si è vista un' ampia affluenza di compratori qualificati e rilevanti come: Lane Craw Harvey Nichols Dubai Bergdorf Goodman NY Nieman Marcus Dallas , Buying office di Lane Crawford Hong Kong-Mainland China The Webster Miami-NY Murkudis Berlino Voo Store Berlino Ounass.com Dubai Saks Fifth Avenue Dubai Matches Fashion Londra Illum Copenhagen Tom Greyhound Parigi e Corea Pompeu Malaga Antonia Lage Portogallo Jacques Loup Cannes

“ La moda è tra le massime espressioni della bellezza tipicamente italiana, perché racconta e rappresenta quell'immenso patrimonio custodito nelle mani di imprese – anche piccole – che con il loro saper fare hanno reso tanto grande il nostro Paese agli occhi del mondo. Non mi stancherò mai di ripeterlo: la moda è cultura. È per questo che le istituzioni di ogni livello devono al comparto ancora più attenzione e sostegno, affinché il forte potenziale espresso dalle sue eccellenze lungo tutta la filiera venga messo a sistema e il settore possa funzionare da molla per l'economia del Paese. In questi mesi sono stati messi in piedi una serie di interventi per cercare di aiutare il settore e ci sono sul tavolo strumenti importanti per proseguire in questa direzione ”, dichiara Lucia Borgonzoni , sottosegretaria di Stato per la Cultura.

Un' edizione zero dal punto di vista della visione e dei linguaggi . È qui che infatti prende forma un percorso condiviso con le aziende e finalizzato a una concreta transizione ecologica . Una manifestazione caratterizzata da una progettualità significativa , alimentata e sostenuta da tre partnership trasversali BMW (sustainable mobility partner), Scalapay (innovative fintech partner) e Brandart (sustainable packaging partner).

“ 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. Mi auguro 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 ", conclude **Massimiliano Bizzi** , founder di **White** .

Condividi questo articolo

Commenti

