



White chiude l'edizione di settembre con visitatori a +23 per cento

F fashionunited.it/news/fiere/white-chiude-l-edizione-di-settembre-con-visitatori-a-23-per-cento/2022093023571



White ha chiuso i battenti domenica 25 settembre, a quota 16.000 visitatori. Presenti alla fiera di zona Tortona, 400 marchi.

"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, Aishti Lebanon, Margreth 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", hanno spiegato gli organizzatori.

Con Expowhite la fiera ha aperto la porta a designer e brand provenienti da paesi fuori dai circuiti convenzionali della moda. I talenti di Arabia Saudita, Paesi Bassi, Brasile e Sudafrica, sono stati raccontati attraverso una nuova narrativa ispirata da cultura e business.

Il 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.

Il progetto Saudi100 brand, per esempio, ha presentato una selezione di designer della Saudi Fashion commission di cui l'85 per cento donne.

White sustainable Milano ha raccontato la filiera produttiva e la sua transizione verso la sostenibilità

White sustainable Milano, invece, ha raccontato la filiera produttiva della moda e la sua transizione verso la sostenibilità e l'innovazione tecnologica con un focus sulla digitalizzazione del fashion retail e con ospiti come Javier Goyeneche ideatore del fenomeno Ecoalf. Il Circular stage patrocinato dal Ministero della transizione ecologica, è stato ancora una volta palcoscenico del ricco palinsesto di talk e workshop, panel di discussione e importanti momenti di formazione e informazione. Il format è stato sviluppato in sinergia con Giusy Bettoni, fondatrice e ceo di Class Ecohub strategic partner della manifestazione.

"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", ha sottolineato 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 Milano.

Quanto alle altre etichette presenti, Swarovsky e Pierre Mantoux, che ha presentato la capsule di Carine Roitfeld, sono solo alcuni dei brand che testimoniano la qualità delle presenze ma anche dal riscontro sui social media. A quota +300 per cento le interazioni su Instagram che nei giorni del salone sono state 38.786 totalizzando 110mila impression in organico.



Courtesy of White

