

## WHITE 'ALLARGATO' FUNZIONA, +34% DI BUYER



White centra l'obiettivo. Il salone di ricerca patrocinato dal comune di Milano, infatti, ha chiuso l'edizione di gennaio, andata in scena dal 17 al 19 in contemporanea con la fashion week milanese, con un incremento di buyer del 34% rispetto al 2014, di cui il 40% dall'Italia e il 22% dall'estero. Tra i Paesi stranieri, spicca il Giappone, seguito dalla Cina e dalla Corea.

È il segno che la formula 'allargata' della fiera di moda contemporary funziona. White, infatti, questa volta ha proposto la sua selezione di 180 brand (+20%) espandendosi nell'area Ex Ansaldo di via Tortona 54, lo spazio che da diverse stagioni è una location consolidata per la donna e che ha dunque ospitato per la prima volta anche le collezioni maschili, aggiungendosi alle storiche aree di Superstudiopiù in via Tortona 27.

Ed è anche il segnale che l'Italia, con il suo sistema fieristico e delle sfilate, continua ad avere una forte attrattiva. "L'energia che si è respirata in questi giorni, tra Firenze e Milano - afferma il fondatore di White Massimiliano Bizzi - dimostra che il nostro sistema è capace di attrarre la più grande quantità dei migliori compratori internazionali."

In particolare, nel nuovo spazio 'conquistato' dalla fiera, è andato in scena Wow0.15, la sezione affidata a Highsnobity, testata opinion leader della ricerca internazionale per la moda uomo.

Tra le iniziative della manifestazione, particolare successo ha avuto alla vigilia dell'apertura, la serata Kg White Milano, con l'esibizione del rapper Marracash per presentare un estratto del suo disco appena uscito.

Ha avuto buoni riscontri il guest designer di White di gennaio, Maurizio Pecoraro, che ha presentato un'anticipazione della sua collezione womenswear per l'autunno/inverno 2015-2016.

Infine, dà soddisfazioni la sezione occhiali, in particolare con il progetto White Glasses (in via Tortona 54) che ha ospitato una selezione di avanguardia dell'eyewear di ricerca di giovani brand indipendenti.