


[ABBONATI SUBITO](#)
[HOME](#)
[LIVESTAGE](#)
[BACKSTAGE](#)
[FINANZA](#)
[THE NEXT 100](#)
[COLLEZIONI](#)
[TV MODA](#)

White vola a New York con Ubm fashion

L'appuntamento milanese chiude con 8.800 presenze in tre giorni In vista un deal per gli Stati Uniti

di **Barbara Rodeschini**

Mff - Numero 119 pag. 14 del 19/06/2018

[Home](#) » [Livestage](#) » [White vola a New York con Ubm fashion](#)

Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [e](#) [b](#)



L'interno di White street market durante Milano moda uomo

Mentre cala il sipario sull'edizione di **White man & woman** e dello spin off **White street market**, che da solo ha registrato 8.800 presenze, si apre un nuovo capitolo per il salone organizzato da **M.Seventy**. E se la formula tradizionale man & woman accusa la contrazione degli italiani (-10%), la dimensione

estera si conferma importante.

La destinazione è New York con il varo della collaborazione tra White e **Ubm fashion**, società che organizza appuntamenti fashion tra cui **NY men's & women's** e **Magic** a Las Vegas, nel contesto di **Project**, il salone dedicato al menswear in calendario dal 22 al 24 luglio.

«La collaborazione con Ubm amplifica la risonanza del salone White sul mercato americano, rappresentando un'ottima opportunità per le nostre aziende. White è da sempre molto attento ai mercati internazionali, dove è presente da anni continuando a investire e a promuovere il proprio Dna e i propri brand in maniera esponenziale», ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, presidente e fondatore di White.

L'iniziativa, che ha come obiettivo di rafforzare la presenza di mercati globali dedicati al menswear, nelle prossime due stagioni vedrà Ubm e White lavorare insieme per progettare piattaforme di matchmaking per i rivenditori e selezionare marchi dall'appeal visionario da ospitare nei prossimi saloni.

«Sono entusiasta di unire le nostre forze con White. Le sinergie tra i nostri saloni consentiranno un'esperienza perfetta sia per i brand Usa che per quelli italiani, che riusciranno così a raggiungere un pool più ampio e diversificato di rivenditori e media. Non vedo l'ora di attivare quest'efficace sinergia tra i nostri saloni», ha sottolineato **Tommy Fazio**, direttore della sezione moda uomo di Ubm.

ACQUISTA
L'ULTIMO NUMERO



COLLEZIONI

LIVESTAGE

19/06/2018



EXPORT CALZATURIERO, AVVIO TIEPIDO NEL 2018

19/06/2018



H&M LANCIA LA LINGERIE CON LOVE STORIES

19/06/2018



POLLINI, SECONDA CO-LAB CON MAZDA

19/06/2018

