



► 7 settembre 2018

Kermesse

White accelera con l'estero Gli espositori crescono del 5%

Il salone di via Tortona ha scelto Fiorucci come special guest di quest'anno. Tra le novità l'area beach e le collaborazioni con Flanders Dc e Magnetic Latvia. **Barbara Rodeschini**

A due settimane dal via, la fashion week milanese è pronta per sfoderare un palinsesto di tutto rispetto. Dopo la presentazione del progetto XL e del programma ufficiale di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, tocca a **White** rendere ancora più accattivante l'offerta del settembre meneghino. Il salone di via Tortona, in calendario dal 21 al 24 settembre con quattro location, torna con 562 aziende (il 5% in più rispetto all'edizione dello scorso anno) di cui 187 straniere, un record per la piattaforma organizzata da **M.Seventy** che nel corso di questa estate è stata protagonista a livello internazionale grazie ai cooperation agreement siglati con **Modefabriek** ad Amsterdam e con **Ubm** negli Usa. «Milano e White crescono in modo importante», ha spiegato a **MFF** **Massimiliano Bizzi**, founder di White, «grazie alle iniziative e attività organizzate a livello di sistema e alla sinergia tra le fiere in date ravvicinate. È un importante cammino che continua a produrre risultati importanti per le aziende moda e per un settore trainante per l'economia e contiamo che, come già fatto dai governi precedenti, anche quello attuale si impegni per lo sviluppo di un settore che, contando anche il segmento beauty e la gioielleria, è la prima voce dell'economia italiana». L'appuntamento questa stagione, trova in Fiorucci lo special guest ideale mentre **A.F.Vandevorst** ricopre il ruolo di special project e può contare su una serie di appuntamenti che comprendono anche lo show, in tandem con Cnmi, previsto la sera di sabato 22 settembre. Non solo, White, che a giugno ha testato



Una campagna Fiorucci

l'efficacia del format b2b-b2c, ha pensato di aprirsi al pubblico con la formula dei pop up store, dedicata a un numero selezionato di brand, mentre si rinforza la relazione con il mondo distributivo: da questa stagione il progetto showroom connection può contare sulla collaborazione con **Vogue#Shareable**. Il percorso espositivo, che oltre alle tradizionali location del Superstudio, dell'ex Ansaldo e dell'hotel Nhow accoglie anche l'Opificio 31 con una superficie allestita complessiva di 22mila metri quadrati, è pensato per dare visibilità alle aziende e offrire una panoramica

esaustiva sull'avanguardia stilistica coinvolgendo nomi importanti ma anche Pmi di interesse. Tra i progetti da non perdere c'è poi il focus sulle avanguardie della moda belga in sinergia con **Flanders Dc-Flanders District of Creativity**, quello sulla moda lettone in collaborazione con **Magnetic Latvia** e il varo della nuova sezione beach dedicata alla moda mare. «La nostra strategia di svilup-

po continua su più fronti», ha continuato **Brenda Bellei**, ceo di M.seventy. «Grazie ai continui investimenti, come è stato a giugno, e con l'ampliamento degli spazi nel Tortona District, ma soprattutto con l'implementazione nella prossima edizione di gennaio 2019. Svilupperemo collaborazioni internazionali con nuovi partner e rinnoveremo anche per il 2019 la partnership con Ice-Agenzia, Confartigianato imprese e Confartigianato export, per sviluppare opportunità di business per le aziende italiane, promuovendo l'incoming di buyer internazionali e agevolando la presenza delle aziende che promuoviamo sui mercati esteri». (riproduzione riservata)