



WHITE MILANO: MOTORE PULSANTE DEL READY-TO-WEAR DI DOMANI

È un'edizione di WHITE MILANO particolarmente rilevante quella che si inaugura il 19 settembre 2019. Sia per la nuova location - che si apre nell'hub di Tortona 31, l'Ex Carrozzeria; sia per i numerosi progetti a più voci che coinvolgono espositori, buyer e media partner - uno su tutti il nuovo format in colab con CBI - ma anche, e soprattutto, per la qualità delle aziende espositrici; per l'elevato tasso di designer presenti al Salone; per il nuovo corso del Basement e per l'appuntamento con la sostenibilità, argomento sempre più coinvolgente per il fashion system, e anche l'iniziativa in connessione con la Regione Sicilia, per portare alla ribalta una nutrita rappresentanza di marchi tra i più interessanti e innovativi della Sicilia.

Con il +4% di marchi in esposizione, (rispetto all'ultima edizione) e una superficie espositiva di 23mila mq. (+4,5% a paragone con settembre 2018) il Salone, Patrocinato dal Comune di Milano, si attesta come la piattaforma di riferimento per il womenswear di attualità, grazie anche al supporto di MISE e ICE - Agenzia e alla partnership con Confartigianato Imprese; e per merito dell'incessante lavoro di scouting internazionale svolto da WHITE, che si spinge fino al Far East e che consente ai buyer di trovare al Salone brand e prodotti nuovi e di tendenza come Gayeon Lee, Barragan, Nashe, Agarw- d, Filles a Papa e, dalla Cina, YOUPPIE!, Damowang, Selah, Pingsi Zhou e AMNUE. Tra gli highlights di settembre ci sono nomi del calibro di Laura Aparicio, Ancient Greek Sandals, Yuliya Magdych, Agua de Coco per Liana Thomaz. A questi si affiancano label come Pipatchara, Base Mark, Lu Ren Cashmere, Estebanot, Stella Tures. Tra le riconferme importanti che scandiscono questo settembre: Faliero Sarti, Transit Par-Such, Pierre-Louis Mascia, Roberto Collina, Sofie D'Hoore, Attic and Barn, OOF, Salvatore Santoro, Rundholz Black Label & Dip.



In più, l'anticipo dell'opening a giovedì 19 (anziché il consueto venerdì) permette al Salone una sintonia più strategica con il calendario della settimana della moda donna e con gli altri appuntamenti di settore, e consente alle aziende espositrici di beneficiare della presenza degli operatori internazionali, confluiti a Milano per l'avvio della fashion week. È un ulteriore passo

per rafforzare la centralità del salone, che conferma WHITE e il Tortona Fashion District quale polo dinamico e vitale nella settimana della moda milanese.