



## White Milano, novità e focus dell'edizione di settembre

White Milano torna con numerosi progetti a più voci che coinvolgono espositori, buyer e media partner. L'edizione di settembre sarà inaugurata giovedì 19 invece del consueto venerdì, e chiuderà domenica 22 invece di lunedì, per essere in sintonia con la settimana della moda donna.

Il Salone, piattaforma di riferimento per il womenswear di attualità, vede il patrocinio del Comune di Milano, il supporto di MISE e ICE – Agenzia e la partnership con Confartigianato Imprese.

White registra un +4% di marchi in esposizione rispetto all'ultima edizione, e una superficie espositiva di

23.000 mq (+4,5% a paragone con settembre 2018).

Grazie a un incessante lavoro di scouting internazionale, White Milano si è spinto fino al Far East per permettere ai buyer di trovare brand e prodotti nuovi e di tendenza, e consente alle aziende espositrici di beneficiare della presenza degli operatori internazionali arrivati a Milano per la Fashion Week. Il salone dialoga con esponenti della

Moda provenienti da più parti del mondo, tra cui Belgio, Portogallo, Estonia, Russia, Giappone (con lo special guest Muné), Cina, Brasile.

White Milano, oggi che sostenibilità e responsabilità sono parole chiave per il settore, porta in primo piano le

PMI che già per loro conformazione racchiudono un concetto etico e sociale, sono sostenibili e rappresentano la spina dorsale e produttiva del Paese.

Il Presidente Giuseppe Mazzarella, Delegato all'Internazionalizzazione di Confartigianato Imprese, conferma che la collaborazione tra Confartigianato e White rappresenta un importante palcoscenico internazionale per l'Italia dell'eccellenza artigiana. «La

Moda impersona un punto di forza del made in Italy, proprio grazie all'apporto di 79.000 micro e piccole imprese che danno lavoro a 372.000 addetti ed esportano prodotti per un valore di 10,3 miliardi di euro. Da sole le piccole imprese italiane dei settori

Tessile, Abbigliamento, Calzaturiero esportano il doppio di quelle di Germania, Francia, Spagna e Regno Unito messe insieme. Si tratta di performance che confermano i valori espressi dai nostri imprenditori artigiani e il loro enorme contributo al Fashion made in Italy e sono uno stimolo per spingere i giovani a esprimere la loro creatività in un settore dalle solide prospettive economiche».

Il Sud Italia, sempre cardine di creatività e di Moda, è presente al Salone con un nuovo progetto sviluppato da White in collaborazione con la regione siciliana – Assessorato alle Attività Produttive con fondi PO FESR. È uno spazio

Yes Sicily, per portare alla ribalta all'incirca 30 marchi tra i più interessanti e innovativi della Sicilia, in mostra nel Tortona Fashion District con la loro creatività.

Una grande novità di questa edizione riguarda la collaborazione tra White e la Camera Buyer Italia che, con il contributo di Regione Lombardia, hanno dato vita al nuovo format “ Contemporary Windows

”: un progetto sito in Tortona 31/Archiproducts, che mira a incentivare a livello internazionale i top shop presenti sul territorio lombardo, attraverso la selezione e l'esposizione dei brand all'edizione di settembre 2019. I marchi di tendenza – ciascuno indicato da un top buyer della CBI, per un totale di 12 – saranno in mostra con outfit selezionati appositamente, mentre particolari installazioni multimediali racconteranno il mondo retail e l'heritage degli store. Il primo piano dell'Archiproducts si trasforma in un punto d'incontro e di networking, dove

potranno convergere e confrontarsi i top buyer italiani e internazionali e gli esponenti della stampa worldwide.

Give a Fok-us, l' hub sostenibile di White che in questa edizione occupa tutta la nuova location di Tortona 31 | Ex Carrozzeria, sarà suddiviso in cinque aree monotematiche:

Water, Chemicals, Climate Change, Waste, People, dove viene analizzato il rapporto tra la moda e le problematiche produttive sostenibili, con la presenza di molti brand internazionali.

Cristina Tajani – Assessore alle Politiche del Lavoro, Attività produttive, Moda e Design del Comune di Milano – ha sottolineato l'importanza della collaborazione tra White e Comune di Milano per il successo della Milano Fashion Week. «Una collaborazione che non si fonda solo sulla comune volontà di sostenere e promuovere new designer e aziende della Moda, che a WHITE trovano il palcoscenico migliore per presentare il frutto della loro creatività e del proprio linguaggio espressivo, ma su una complementare azione volta a favorire la nascita di un nuovo modo di intendere la Moda e tutta la sua intera filiera produttiva. Filiera che, oggi più che mai, deve essere sostenibile ed etica capace proporre, in ogni collezione, prodotti sempre più sensibili verso il rispetto dell'ambiente e delle condizioni dei lavoratori».