



White Milano: privilegiati l'unicità, l'innovazione, l'emozione

Edizione con uno strategico giorno di anticipo, il 19 settembre, per assicurare più buyer internazionali alle aziende espositrici Sempre più avanti e sempre iperconnesso: White Milano. Il Salone dalle mille anime, punto focale del fashion system, avvia la prossima edizione con uno strategico giorno di anticipo, il 19 settembre, per assicurare più buyer internazionali alle aziende espositrici in concomitanza della fashion week e degli altri appuntamenti del settore. Rispetto alla scorsa edizione vanta un +4% di marchi in esposizione e un +4,5% di superficie espositiva se confrontata con quella del settembre 2018. Nuova, infatti, anche la location, l'

Ex Carrozzeria nell'hub di Tortona 31, dove presenterà highlights, affermate label, PMI ma anche talenti che non faticheranno a farsi notare.

Abbigliamento, accessori e tutto quanto fa moda, anche gioielli, questi saranno a

Superstudio Più con WHITE Jewels dove grande spazio è dato al fatto a mano, all'unicità, all'innovazione, all'emozione, alla sostenibilità.

«La collaborazione tra WHITE e il Comune di Milano si dimostra, anno dopo anno, un elemento imprescindibile per il successo della Milano Fashion Week

. – Commenta Cristina Tajani, Assessore alle Politiche del Lavoro, Attività produttive, Moda e Design del Comune di Milano –

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 di proporre, in ogni collezione, prodotti sempre più sensibili verso il rispetto dell'ambiente e delle condizioni dei lavoratori. Una sfida che WHITE e Comune di Milano hanno deciso di vivere e affrontare insieme in questi anni

».

«La collaborazione tra Confartigianato e WHITE– conferma il Presidente

Giuseppe Mazzarella, Delegato all'Internazionalizzazione di Confartigianato Imprese – 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 79mila micro e piccole imprese che danno lavoro a 372mila addetti ed esportano prodotti per un valore di 10,3 miliardi di euro. Da sole le piccole imprese italiane dei settori tessile, abbigliamento, calzature 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

».

«In un momento così particolare e di trasformazione del nostro settore

– afferma Massimiliano Bizzi, founder di WHITE – la strategia di WHITE è quella, a ogni stagione, di dare dei segnali concreti di sintonia con i cambiamenti in atto come, ad esempio, la nostra perseveranza sulla sostenibilità. Tutti i progetti e le colab del salone hanno l'intenzione, oltre ad essere un momento di business, anche di fare cultura della moda, aspetto essenziale nei momenti di transizione come questo. Durante la moda donna, Milano mostra una sempre maggiore importanza a livello mondiale e una capacità considerevole di innovazione