

FUORISALONE DELLA MODA

White si espande: triplica gli spazi e allarga il mercato

- MILANO -

WHITE, il salone delle nuove tendenze, si allarga fino all'hub di via Tortona 31. Triplica i suoi spazi e conferma un calendario di quattro giorni. Cresce, stravolgendo il concetto di fiera, in favore di una kermesse che apre ai mercati più interessanti, scopre le tendenze e mescola moda uomo e donna. Il salone - patrocinato dal Comune - dal 23 al 26 febbraio - presenta 546 marchi (+6,85% rispetto a febbraio 2017), di cui 163 esteri (+12,4% a parità di edizione e 210 new entry, con un incremento dell'11,10%). Si amplia la location di Tortona 31 Opificio, con due nuove aree espositive. «L'ampliamento della parte espositiva e i 546 marchi presenti in occasio-

ne di questa fashion week, dimostrano come le aziende, gli operatori, i buyer sino al grande pubblico considerino Milano e ancora di più White, la vetrina ottimale dove presentare le proprie collezioni in un contesto sempre più ricco e internazionale». Così l'assessore alla Moda e Design Cristina Tajani, che prosegue: «La lunga collaborazione tra l'Amministrazione e il salone consente alla città, così come all'intero sistema moda italiano, di confermarsi vero modello anticipatore di trend e stili». Asset di rilievo per White è la partnership sviluppata assieme a Confartigianato Imprese e ICE - Agenzia, per l'internazionalizzazione e la promozione delle aziende italiane, con progetti come «It's Time to South» e «Style Routes to Shanghai», che riporterà a ottobre e per la seconda volta, du-

rante la fashion week di Shanghai, una selezione di aziende che vogliono sviluppare opportunità nel mercato cinese. Focus sullo scouting con la Red Area, ambito dove s'incontrano i brand presenti per la prima volta al salone. Una sezione per tutti i buyer a caccia di novità. In Tortona 35 brilla il White bijoux, con una selezione di 19 brand e designer indipendenti, mentre White Beauty è l'area del salone dedicata a una selezione di brand italiani e internazionali specializzati in fragranze artistiche, body care, make-up e lifestyle, che presentano in anteprima nazionale le proprie proposte. «Lo sviluppo della nuova location tra brand internazionali e made in Italy - spiega Massimiliano Bizzi, founder di White, rende il Tortona district meta di riferimento durante la settimana della moda».

An.Gi.



Da sin Mario Boselli, Brenda Bellei e Massimiliano Bizzi

