

FALL-WINTER 2018/2019

WHITE

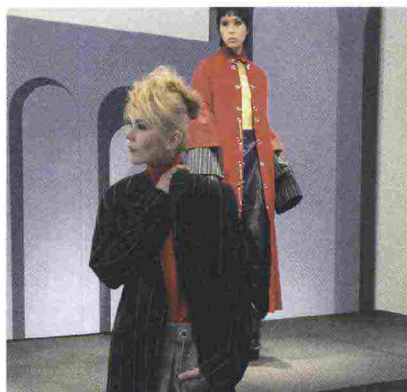
# LA QUATTRO GIORNI ATTIRA PIÙ BUYER NON SOLO ESTERI

Il salone della moda contemporary estende le giornate e gli spazi nel Tortona Fashion District, conquistando più buyer, che salgono del 16% rispetto a un anno prima. Il patron Bizzi auspica fiere sempre vicine alla fashion week

DI ELISABETTA FABBRI

*The contemporary fashion fair White extends its timing and surface at the Tortona Fashion District, conquering more buyers: +16% compared to last year, with foreigners growing by 28%.*

La formula dei quattro giorni, estesa anche all'edizione di febbraio di **White**, convince e i numeri lo confermano. 551 i marchi in vetrina (+7,8% rispetto all'analoga edizione del 2017 che era spalmata su tre giornate), su una superficie espositiva che si espande a quasi 22mila metri quadrati, coinvolgendo l'hub di **Tortona 31 Opificio** (oltre agli spazi consueti, nel Tortona Fashion District). I buyer che hanno visitato la fiera sono saliti del 16%, dal +6% del febbraio 2017. Gli italiani, in particolare, sono aumentati del +14% (dal +4% precedente), mentre gli stranieri hanno registrato un +28% (da +14%). «Raccogliamo i frutti di una strategia di promozione del salone e di Milano, soprattutto all'estero - commenta il patron di **White** **Massimiliano Bizzi** -. Sono felice anche dell'atmosfera vivace ed energica e degli apprezzamenti sul brand mix». «Mi auguro - aggiunge - che a settembre il sistema moda ritorni ad attuare la strategia di avere le fiere di settore vicine alla fashion week: una strada che porterebbe a un'ulteriore crescita di Milano e delle aziende». Nel frattempo **White** continua ad accorciare le distanze fra i buyer, le showroom e la moda contemporary con un occhio di riguardo ai marchi emergenti, italiani ed esteri e alle eccellenze fra le Pmi nazionali, con particolare focus sulla creatività del

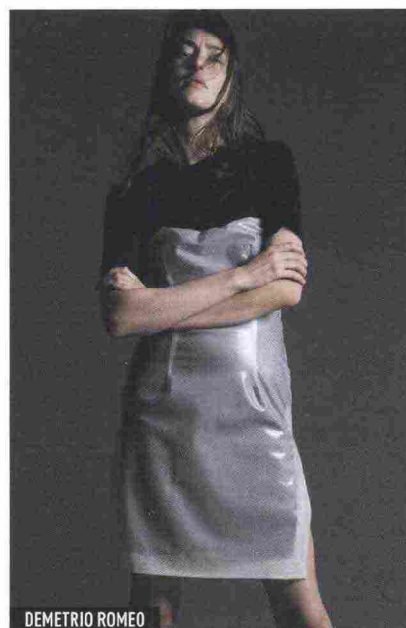


## ROUGE MARGAUX AL TORTONA 31 OPIFICIO

*Rouge Margaux brand organized a live performance at Tortona 31 Opificio.*

I nuovi spazi di Tortona 31 Opificio hanno ospitato anche la special guest di **White**. Si tratta del marchio di Parigi **Rouge Margaux**, disegnato da **Cem Çinar** (ex **Y Project** e **Rick Owens**), che ha presentato l'autunno-inverno con una live performance.

Sud Italia (nello spazio *It's Time to South*, realizzato in collaborazione con l'**Agenzia Ice** e **Confartigianato Imprese**) e sulle start-up (nell'area *Inside White*, dove viene assegnato anche l'omonimo premio, vedi box nella pagina accanto). Tutto italiano anche lo *Special project*, che ha ospitato **Marco Rambaldi** con la sua collezione per l'inverno 2018/2019 e la proiezione del cortometraggio *Vogliamo anche le rose*, racconto del cambio culturale tra le generazioni che hanno vissuto il fermento degli



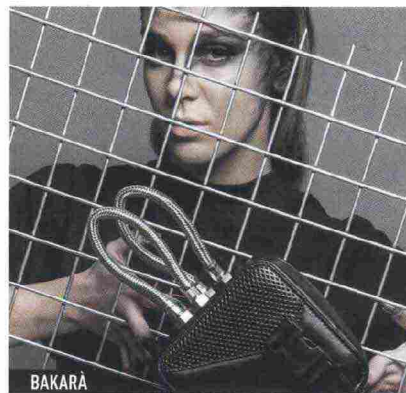
DEMETRIO ROMEO



FASSAMANO SHARRA PAGANO



KIMO NO RAIN



BAKARA





BABUKHADIA



QUIDLI CAMENIGI



**PREMI PER I CAPPELLI  
MONTEGALLO E LA MODA DI LÂU**

*Montegallo conquered the Inside White award and Lâu the Ramponi award.*

Al White di febbraio l'Inside White Award è stato assegnato alla start-up Montegallo, marchio di cappelli (in basso, un modello invernale) di Alice Catena, scelto fra 15 finalisti. La nona edizione del premio Ramponi, che valorizza i giovani creativi, è stata invece vinta dal womenswear Lâu ideato da Lisa Anderlini (nella foto in alto).



PÂQUERETTES PARIS

anni Settanta e i giovani di oggi. A ribadire l'attività costante di scouting all'estero c'era come *Special guest* il marchio parigino Rouge Margaux diretto da Cem Çinar. Noti per la sperimentazione nelle formule promozionali innovative, gli organizzatori di M. Seventy continuano a lavorare al lancio, con la fashion week di giugno, del nuovo progetto White Street Market, un evento Business&Consumer incentrato sullo streetwear, in programma nell'ex-Ansaldo e creato in collaborazione con Probeat Agency, Nss Magazine e Nss Factory. In parallelo procede l'organizzazione di Style Routes to Shanghai, in collaborazione con l'Ice, per presentare una selezione di piccole e medie imprese del fashion italiano alla Shanghai Fashion Week di ottobre.



LEDA DI MARTI



ISLA FONTAINE



SYLVIO GIARDINA