

WHITE BUYER A +16%

La formula dei 4 giorni torna a febbraio, accompagnata dall'espansione dell'hub di Tortona 31 Opificio

L'edizione più recente di **WHITE**, salone patrocinato dal Comune di Milano, si è svolta dal 23 al 26 febbraio 2018, con 551 marchi su una superficie espositiva di 21.700mq. La manifestazione ha registrato un aumento complessivo dei buyer a +16%, con l'Italia in crescita del 14% e l'estero del 28%. «Stiamo raccogliendo i frutti di una strategia, soprattutto verso i Paesi esteri, di promozione del salone e di Milano che, oggi, i dati ci dimostrano essere vincente dichiara

Massimiliano Bizzi, Founder di **WHITE** - *Sono felice anche dell'atmosfera vivace ed energica, che si è respirata nel salone e degli apprezzamenti sul brand mix, ricevuti dai migliori buyer italiani ed esteri. Mi auguro che a settembre il sistema moda ritorni ad attuare la strategia di avere le fiere di settore vicine alla fashion week. È una strada che porterebbe a un'ulteriore crescita per Milano e per le aziende*.
Altra risorsa di rilievo del salone è la partnership con Confartigianato



Imprese e ICE - Agenzia, nel segno dell'internazionalizzazione e promozione delle aziende italiane, che al trade show ha dato vita al progetto *It's Time to South*. L'inside **WHITE** Award ha premiato la creatività di Alice Catena e del suo marchio di cappelli Montegallo; mentre il Premio Ramponi ha prescelto la designer Lisa Anderlini e la sua label L.A.U.

Info: M.Seventy - tel. +39 02 34 59
www.whiteshow.it

**MILANO UNICA
CRESCIE ANCORA**

È aumentato il numero e la qualità di espositori e visitatori, accompagnati da una campagna promozionale per valorizzare la specificità

Il salone WHITE è stato il più grande evento di moda di Milano nel 2018, con 551 marchi su una superficie espositiva di 21.700mq. La manifestazione ha registrato un aumento complessivo dei buyer a +16%, con l'Italia in crescita del 14% e l'estero del 28%. «Stiamo raccogliendo i frutti di una strategia, soprattutto verso i Paesi esteri, di promozione del salone e di Milano che, oggi, i dati ci dimostrano essere vincente» dichiara Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE.

WHITE BUYER A +16%

La formula dei 4 giorni torna a febbraio, accompagnata dall'espansione dell'hub di Tortona 31 Opificio

Il salone WHITE è stato il più grande evento di moda di Milano nel 2018, con 551 marchi su una superficie espositiva di 21.700mq. La manifestazione ha registrato un aumento complessivo dei buyer a +16%, con l'Italia in crescita del 14% e l'estero del 28%. «Stiamo raccogliendo i frutti di una strategia, soprattutto verso i Paesi esteri, di promozione del salone e di Milano che, oggi, i dati ci dimostrano essere vincente» dichiara Massimiliano Bizzi, Founder di WHITE.