PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Elena Passeri
URL: it.fashionnetwork.com
> 14 settembre 2026 alle ore 20:43
> Versione Online

White: +24%, nuove aree e location, accordi con Simest e Cosmoprof

L'edizione 2026 segna una profonda evoluzione per l'appuntamento di settembre di WHITE, che mette a segno una crescita del 24% del fronte espositivo. Questo incremento a doppia cifra si traduce in una presenza record di 450 brand, supportata da un ampliamento della superficie espositiva con l'inaugurazione di quattro nuove sezioni e due nuove venue nel Tortona District. Il percorso di sviluppo prevede un rafforzamento della squadra commerciale attraverso l'ingresso di ambassador e consulenti internazionali, con l'obiettivo di valorizzare il distretto come polo di riferimento della creatività contemporanea e accrescere l'attrattività globale della Milano Fashion Week. A certificare la rilevanza economica dell'evento sarà un incoming rafforzato di oltre 300 top buyer, accuratamente selezionati tra i maggiori gruppi d'acquisto internazionali.

Accordo con Simest e BolognaFiere Cosmoprof

A fare da volano a questa espansione è una strategia focalizzata sul supporto al sistema industriale italiano e sulla penetrazione commerciale nei mercati esteri. Sul piano nazionale, è stato firmato l'accordo di filiera con Simest per favorire l'export e la transizione digitale delle imprese, mentre sul fronte fieristico si rafforza la collaborazione internazionale con Cosmoprof, creando sinergie strategiche tra i comparti del tessile-abbigliamento e della cosmetica.

“È un lungo cammino, cominciato dal niente 25 anni fa, che oggi mi vede impegnato nel ridisegnare White per renderlo sempre attuale e innovativo, in piena coerenza con il DNA che lo ha caratterizzato fin dall'inizio. Ma, soprattutto, voglio dare a White un grande sviluppo internazionale, grazie all'importante partnership in progress con BolognaFiere: la loro esperienza ci permetterà presto di portare le nostre aziende sulle più importanti piazze internazionali e, allo stesso tempo, di sviluppare finalmente la mia idea di creare in zona Tortona un appuntamento-show dedicato a diversi settori, sempre sotto il nome di White. Di questo percorso sono felice e profundamente orgoglioso.” commenta Massimiliano Bizzi , Fondatore di White.

“La collaborazione commerciale con White ha già dimostrato concretamente il potenziale delle sinergie tra i nostri settori”, dichiara Antonio Bruzzone, Amministratore Delegato di BolognaFiere. “Moda, beauty e lifestyle rappresentano oggi ecosistemi sempre più interconnessi, e vogliamo continuare a valorizzare le competenze di entrambe le realtà, mantenendone le rispettive identità e posizionamenti e creando nuove opportunità di sviluppo". Tutto ciò rinforza inoltre l'attività di Cosmoprof su Milano, dove la società ha la propria sede e dove opera con Esxence, oltre a collaborare alla realizzazione di iniziative quali la Milano Beauty Week.

Accordi Internazionali

Parallelamente, la manifestazione consolida le sue sinergie istituzionali, stringendo accordi chiave con le principali fashion week e organizzazioni globali. Si rinnova l'asse con l'Armenia attraverso la Yerevan Fashion Week, mentre si intensifica il dialogo strategico con il Brasile, supportato da un nuovo ambassador, da ApexBrasil e da ABEST Brasil. L'Europa mantiene un ruolo centrale: prosegue la collaborazione con la Spagna sia tramite l'ente pubblico ICEX España Exportación e

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Elena Passeri
URL: it.fashionnetwork.com
> 14 settembre 2026 alle ore 20:43
> Versione Online

Inversiones, che guiderà una delegazione di designer emergenti e affermati, sia con la Gran Canaria Swim Week, presente con uno spazio dedicato alla creatività dell'arcipelago.

Il salone amplia infine il proprio raggio d'azione verso i mercati emergenti. Grazie al supporto di ARICE, l'agenzia governativa romena per l'internazionalizzazione, l'evento ospiterà una selezione di brand della Romania per favorire le relazioni con i buyer. Dall'Asia arriveranno invece 10 designer indiani selezionati da FDCI, l'ente alle spalle della Lakmé Fashion Week . Si conferma, in ultima analisi, la sinergia con la moda sudamericana grazie al progetto The Colombia Edit by Makeno, che porterà in fiera una vetrina di marchi colombiani.

Nuovo Layout Espositivo

Oltre al rafforzamento internazionale, la vera svolta strategica del salone risiede nel completo ripensamento del layout espositivo del Tortona Fashion District. L'organizzazione ha implementato una rigida segmentazione delle aziende partecipanti in base alle categorie merceologiche, trasformando il percorso in un'esperienza totalmente buyer oriented e ottimizzata per la percezione commerciale.

La mappa immobiliare dell'evento si espande e si diversifica. Accanto alle storiche location di Via Tortona 27 (T27) e Via Tortona 54 (T54), fanno il loro debutto due nuove venue: il T35, interamente dedicato al segmento resortwear con il progetto On the Beach, e il T31. Quest'ultimo, in sinergia con il T54, farà da cornice alla nuova area More, un hub verticale focalizzato sui mercati ad alto potenziale di beauty, lifestyle e design. Nello specifico delle singole location:T27 LUCE: L'headquarter storico ospiterà le collezioni di abbigliamento e accessori contemporary e contemporary luxury, con il brand coreano Kimhēkim in veste di special guest. All'interno della sala LOUNGE, inoltre, il colosso tessile internazionale Keqiao presenterà una selezione di 15 brand inseriti nel calendario ufficiale della Milano Fashion Week. T54: Oltre alla sezione More, debutta l'area Nuvola (focalizzata sugli accessori moda) e il progetto Box, un hub urban dedicato a streetwear, activewear e denim. La proposta di questa venue viene arricchita dai workshop e dai talk quotidiani di WNLAB, incentrati sui linguaggi e sulle tendenze delle culture contemporanee.Il fattore networking: eventi diffusi e supporto istituzionale

La strategia di White punta a massimizzare il ROI degli espositori anche oltre il tradizionale orario fieristico. Debutta infatti un programma diffuso di eventi aperti alla fashion community – tra musica, pop-up ed esperienze interattive – che animerà via Tortona dal primo pomeriggio in avanti, estendendo l'anima street dell'area Box all'esterno di BASE Milano.

Questo palinsesto di marketing e networking diffuso sarà supportato da un fitto programma di esperienze live, workshop, panel e podcast. Le iniziative sono rivolte alla platea di buyer nazionali e internazionali, attratti anche grazie al supporto strategico del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, all'attivazione di un nuovo segmento legato ai boutique hotel di lusso e al richiamo spontaneo del pubblico globale della settimana della moda milanese.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/