

### WHITE MILANO KEEPS GROWING AND LASTS LONGER WHITE MILANO CONTINUA LA CRESCITA ED AUMENTA DI DURATA

In the heart of one of Milan's coolest districts, Via Tortona 27, 35 and 54, the contemporary fashion event White Milano was officially opened on 26 September by Fashion Councillor Cristina Tajani, ITA ICE Chairman Riccardo Monti, Cna Federmoda national manager Antonio Franceschini, and by Chairman of the Italian Chamber of fashion buyers Mario Dell'Oglio. The edition, backed by the Municipality of Milan and ending on 28 September, reached a record turnout of 20,160, 12% more than the September 2014 event, with 8% more buyers (9% more from Italy and 7% more from abroad, from Japan, Europe, the Middle East, China and Korea). White Milano's success lies in reinforcing its brand-mix of trends, focusing on the experimentation and hand-made excellence of the 450 companies attending, 186 of which attended for the first time. In order to meet the requirements of an increasingly heterogeneous target, the September 2015 edition proposed White Select, appealing to the international market thanks to brands such as Almaz, Arthur Avellano, N3m-Noitremilano, Giuliana Mancinelli Bonafaccia, Tim Labenda, Rodtness, Susana Traça, Angelosergio Santoni and Zaafar. The record turnout convinced the organisers to extend the duration of future editions to four days. "Great teamwork and meticulous planning has achieved the expected results," said White founder Massimiliano Bizzi. "And this is the kind of reward that our group deserves after having worked for three intense and exciting days. This reflects the very best of Milan. A cool, international city that deserves everyone to work together to regain the leadership among the fashion capitals of the world".

Nel cuore di uno dei distretti più cool di Milano, via Tortona 27, 35 e 54, è stata inaugurata il 26 settembre scorso dall'Assessore alla Moda Cristina Tajani, da Riccardo Monti, presidente ITA ICE, da Antonio Franceschini, responsabile nazionale Cna Federmoda e da Mario Dell'Oglio, presidente della Camera Italiana Buyer Moda, la rassegna di moda contemporanea White Milano. L'edizione, patrocinata dal Comune di Milano e conclusasi il 28 settembre, ha fatto registrare una quota record di 20.160 visitatori, 12% in più rispetto al salone di settembre 2014, con un'affluenza di compratori pari al +8% (+9% italiani e +7% stranieri provenienti da Giappone, Europa, Middle East, Cina e Corea). Il successo di White Milano sta nel rafforzamento del suo brand-mix di tendenze, giocato tra sperimentazione ed eccellenza hand-made delle 450 aziende presenti al salone, 186 delle quali erano new entry. Per andare incontro alle esigenze di una moda capace di conquistare un pubblico ancor più eterogeneo, l'edizione di settembre 2015 ha proposto White Select, orientato a un appeal internazionale grazie a marchi come Almaz, Arthur Avellano, N3m-Noitremilano, Giuliana Mancinelli Bonafaccia, Tim Labenda, Rodtness, Susana Traça, Angelosergio Santoni e Zaafar. L'affluenza record delle presenze ha convinto gli organizzatori del salone a portare a quattro giorni la durata delle prossime edizioni. "Un grande lavoro di gruppo pianificato nel tempo e programmato in ogni sua fase ottiene i risultati attesi" ha detto Massimiliano Bizzi, fondatore di White. "Ed è proprio questa la vera soddisfazione che il nostro gruppo merita dopo aver lavorato per tre giornate intense e piene di entusiasmo; lo specchio di una Milano che ha mostrato il suo lato migliore. Una città cool e internazionale che merita un lavoro corale per conquistare la leadership tra le capitali della moda nel mondo".

WHITE MILANO

