



## White Milano a settembre potenzia l'incoming del 20%

Di Barbara Rodeschini 19 Lug 2024 White Milano a settembre potenzia l'incoming del 20%" decoding="async" data-src="https://www.pambianconews.com/wp-content/uploads/2024/07/Screenshot-2024-07-19-alle-11.22.41-472x375.png" data-srcset="" data-sizes="auto" data-expand="700" id="7c2159d6">

YANGKEHAN

White rivede le date del 2025 allineandole alle settimane della moda ed in particolare a quella di Milano. Per evitare sovrapposizioni e ridurre i problemi logistici, White avrà luogo dal 27 febbraio al 2 marzo, dal 25 al 28 settembre, mentre il format Resort si collocherà da sabato 21 a lunedì 23 giugno. Nel frattempo, entra nel vivo l'organizzazione di White Milano, che aprirà i battenti giovedì 19 settembre. "L'internazionalizzazione è l'elemento chiave della fashion week di Milano, che propone nuove progettualità a un pubblico qualificato", spiegano **Massimiliano Bizzi** e **Brenda Bellei**, rispettivamente fondatore e CEO del salone di via Tortona, "In questa direzione White, con l'appoggio costante e importante di ICE, ha lavorato nel segno della qualità, tessendo relazioni internazionali di rilievo che potenzieranno sensibilmente l'internazionalizzazione del salone, aumentando del 20% l'incoming di buyer stranieri. Nel dettaglio, abbiamo guardato con molta attenzione anche ai cosiddetti nuovi mercati, cioè quelli che fino ad oggi non sono stati valorizzati ma che hanno un grande potenziale da esprimere e una sensibilità particolare nei nostri confronti".

"La moda oggi – proseguono – deve cavalcare il cambiamento, rivolgendosi a un pubblico più ampio, intercettando tutti i tipi di avanguardia e di cultura, aprendosi in modo efficace al Medio Oriente, all'Europa dell'Est, andando oltre le logiche tradizionali e includendo aree meno battute come il sud America, che sta crescendo e dove stiamo lavorando per instaurare rapporti significativi. Questo discorso vale per tutti i mercati e non solo quelli tradizionalmente considerati appetibili. Facciamo tesoro dell'esperienza del Salone del Mobile. Milano ha tutte le potenzialità per attirare i buyer, offrire un'esperienza unica e di conseguenza porre le basi per collaborazioni efficaci sotto tutti i punti di vista".

Coerente con il desiderio di rendere l'offerta cosmopolita, sarà dunque anche il brand mix selezionato dalla general manager **Simona Severini**, tanto che le aree speciali **SecretRooms**, che rappresentano il fiore all'occhiello del salone, saranno interamente dedicata a una visione internazionale. Ad animare il percorso, il berlinese **Prototype:AM**, che ha fatto della sperimentazione di volumi e silhouette la sua cifra distintiva; lo stilista cinese **MiaoRan**, che proprio a White aveva debuttato e che nel suo curriculum può contare la vittoria di una menzione speciale a Who is on Next? Uomo 2015 e la mentorship di Giorgio Armani nel 2016. Confermata anche la presenza di **Yangkehan**, l'etichetta fondata nel 2021 dalla designer eponima cinese, che ha fatto del tessuto il suo territorio sperimentale per coniugare l'estetica occidentale alle lavorazioni tradizionali asiatiche. Due le new entry, **YID'PHROGMA**, progetto creativo che nasce dalla cultura tibetana e un marchio ancora in fase di definizione, che sarà svelato a settembre.

