



Il brand mix di White 2023 conquista top buyer e social media



White 2023 conquista top buyer e social media"

src="https://r.fashionunited.com/wa066F8fcH8pcOepnTW4y6uIDBfJ9Zvj8oUITKL4qfw/re size:fill-down:720:480:0/gravity:ce/quality:70/aHR0cHM6Ly9mYXNoaW9udW5pdGVkLm NvbS9pbWcudXBsb2FkLzlwMjMvMDMvMDIvd2hpdGUtMi16aGVuejBmcS0yMDIzLTAzL TAYLmpwZWc" id="2c8fcc59">

Fiere

Immagine: **White**

White 2023 si è concluso a Milano lunedì 27 febbraio, mettendo a segno una crescita del 450 per cento delle interazioni su Instagram che nei giorni del salone hanno superato le 50.000, totalizzando 270mila Impression e più di 15000 visite alle properties di **White**.

I top buyer stranieri sono cresciuti dell'8 per cento

Inaugurata alla presenza del sottosegretario di Stato Lucia Borgonzoni, l'edizione di febbraio del salone ideato e fondato da **Massimiliano Bizzi**, si è svolta all'insegna della ricerca qualitativa che segna un ritorno alle origini di **White**, ma anche dell'internazionalizzazione e dell'evoluzione estetica. Una strada che ha portato a un incremento di presenze di top buyer stranieri dell'8 per cento e a oltre 18.000 visitatori complessivi e costanti riepilato all'edizione di febbraio 2022.

Le aziende espositrici straniere che hanno partecipato, circa 300, hanno rappresentato la metà della totalità della manifestazione. L'edizione 2023 è stata inaugurata lo scorso 24 febbraio alla presenza del Sottosegretario di Stato al Ministero della Cultura Lucia Borgonzoni e si è conclusa con una notevole affluenza di visitatori stranieri nei quattro giorni nel Tortona Fashion District.

La manifestazione, patrocinata dal Comune di Milano, è stata realizzata anche grazie al supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Maeci) e di Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e in partnership con Confartigianato Imprese.

La selezione dei designer prescelti per le Secret Rooms: Olubiyi Thomas, Romeo Hunte, Dreaming Eli, Riz Poli, Studio Pansters, conferma la competenza del lavoro di scouting e selezione di Simona Severini (una figura chiave con cui, nel 2002, **Massimiliano Bizzi** ha fondato **White**), con l'obiettivo di far emergere le rising star del panorama moda.



"Noi siamo la manifestazione che dà opportunità al medio e al piccolo, ed è un valore aggiunto: in primo luogo perché tutti i grandi nomi di oggi quando hanno iniziato avevano dimensioni diverse e, in secondo luogo, perché in questo modo siamo maggiormente attraenti per l'acquirente estero che, oggi, ha esigenze diverse rispetto al passato", ha sottolineato **Massimiliano Bizzi**. Nei loft di **White** hanno presentato le loro nuove collezioni Stefano Mortari, Avant Toi e Maria Calderara, che parlano alla donna contemporanea in una chiave estetica evoluta e una ricerca qualitativa che si esprime con pezzi unici, un design innovativo e volumi unexpected.

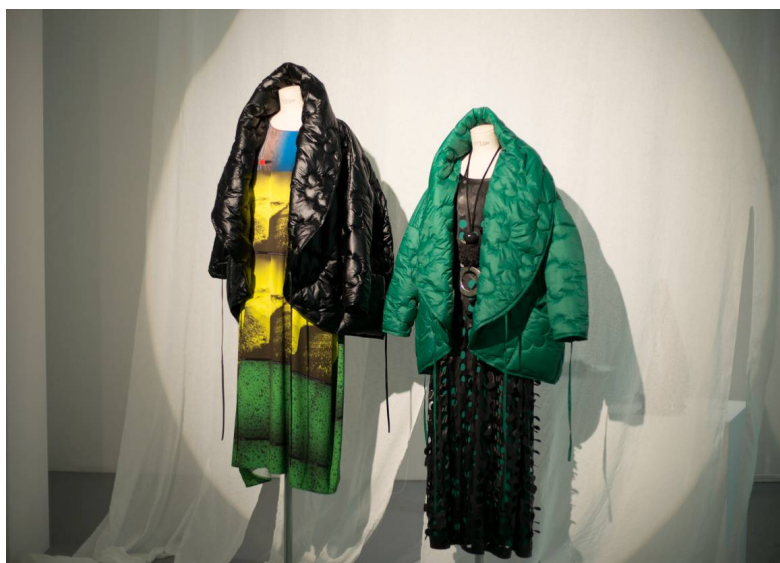


Immagine: Maria Calderara, FW23, **White**
Il brand mix ha trovato spazio anche negli approfondimenti

Il focus sul brand mix e la connessione interculturale ha trovato spazio anche in approfondimenti e momenti di dialogo e aggregazione. Come, per esempio, il cocktail organizzato per svelare la creatività dei 5 talenti norvegesi alla presenza dell'ambasciatore del Regno di Norvegia in Italia Johan Vibe. Con il patrocinio del Ministero della Cultura, il progetto Expowhite, infatti, ha selezionato cinque brand dalla Norvegia, presentati da Innovation Norway in collaborazione con Norwegian Fashion Hub. Si è trattato delle etichette Color Vision, Oleana, Woodling, Host and Var e Come as you are. Un nuovo modello di business quello norvegese, in cui l'obiettivo è quello di una creatività e una qualità accessibili a tutti, senza la necessità di ricorrere al fast-fashion o alla produzione di grandi volumi.



Immagine: Taglio del nastro, **White**

Focus sull'interconnessione culturale anche al panel The Indigenous Way tenutosi al MuDEC, Museo Delle Culture, realizzato in collaborazione con l'Ambasciata del Canada in Italia e Ifa, Indigenous fashion arts. L'evento ha affrontato il tema della creatività delle Prime Nazioni indigene canadesi, in presenza dell'Ambasciatrice Elissa Golberg, e dei designers espositori. Inoltre, all'interno della MyOwnGallery, presso Superstudio Più, si è poi svolto il panel dal titolo Is diversity and inclusion a pipe dream? Overcoming tokenism in Europe and beyond, in collaborazione con Fma - Fashion minority alliance, che ha visto intervenire Barbara Kennedy- Brown, founder Fma, Olubiyi Thomas, designer, Cassidy Swinger, activist, Elena Berardi, partner Schwa, Judith Saint Jermain, designer, Romeo Hunte designer.

White ha dato alla Fashion minority alliance e al suo consorzio di designer e voci, una



incredibile opportunità per spingere la nostra missione su un palcoscenico mondiale. “La nostra tavola rotonda sulla diversità e l’apertura a lavorare insieme ci ha dato un senso di speranza, che si possa continuare a creare reali opportunità di leadership per comunità emarginate, in Italia e oltre i suoi confini”, ha affermato Sofia Celeste, direttore Fma Italia.

