



## Quand le brand mix de White 2023 séduit les grands acheteurs et les réseaux sociaux



Mode

White

L'événement White 2023 s'est conclu à Milan le lundi 27 février en enregistrant une hausse de 450 % des interactions sur Instagram. Lors du salon, l'on a dépassé les 50 000 interactions, permettant ainsi de totaliser 270 000 impressions et plus de 15 000 visites des locaux de White.

Le nombre de grands acheteurs étrangers a bondi de 8 %

Inaugurée en présence de la sous-secrétaire d'État, Lucia Borgonzoni, l'édition de février du salon, imaginé et fondé par **Massimiliano Bizzi**, était consacrée à la recherche qualitative, marquant un retour aux origines de White, mais aussi à l'internationalisation et à l'évolution esthétique. Ce parcours a permis de renforcer la présence des grands acheteurs étrangers de 8 % et de rassembler au total plus de 18 000 visiteurs constants par rapport à l'édition de février 2022.



Environ 300 sociétés exposantes étrangères ont participé à cet événement, soit la moitié de l'ensemble de la manifestation. L'édition 2023 a été inaugurée le 24 février dernier en présence de Lucia Bordonzoni, sous-secrétaire d'État au Ministère de la culture, et s'est terminée avec une forte affluence de visiteurs étrangers durant les quatre jours dans le **Tortona** Fashion District.

La manifestation, parrainée par la Commune de Milan, a été également permise grâce au soutien du Ministère des affaires étrangères et de la coopération internationale (Maeci) et de l'Agence italienne du commerce, et en partenariat avec Confartigianato Imprese.

La sélection de designers présélectionnés pour les Secret Rooms, à savoir Olubiyi Thomas, Romeo Hunte, Dreaming Eli, Riz Poli, Studio Pansters, confirme la compétence du travail de repérage et de sélection de Simona Severini (figure clé avec laquelle **Massimiliano Bizzi** a fondé White en 2002), dans le but de faire émerger les étoiles montantes du monde de la mode. **Massimiliano Bizzi** souligne ce point : « Notre manifestation est une chance pour les petits et moyens noms du secteur. C'est une véritable valeur ajoutée. En effet, tous les grands noms d'aujourd'hui ont débuté avec des dimensions différentes. En outre, nous sommes ainsi bien plus attractifs pour l'acheteur étranger qui a aujourd'hui des exigences différentes par rapport au passé ». Les lofts de White ont accueilli les nouvelles collections de Stefano Mortari, Avant Toi et Maria Calderara, qui s'adressent à la femme contemporaine avec un esthétisme évolué et une recherche qualitative s'exprimant avec des pièces uniques, un design novateur et des volumes inattendus.



Maria Calderara, FW23, White

Le brand mix s'est également frayé un chemin dans les différentes perspectives

L'accent sur le brand mix et les liens interculturels se retrouve également dans les perspectives et moments de dialogue et de rassemblements. Citons par exemple le cocktail organisé pour exposer les œuvres créatives de 5 talents norvégiens en présence de Johan Vibe, ambassadeur du Royaume de Norvège en Italie. Grâce au soutien du Ministère de la culture, le projet Expowhite a en effet sélectionné cinq marques norvégiennes, présentées par Innovation Norway, en collaboration avec Norwegian Fashion Hub. Il s'agissait des marques Color Vision, Oleana, Woodling, Host and Var et Come as you are, un nouveau modèle d'entreprise norvégien dont l'objectif est de dévoiler une créativité et une qualité accessibles à tous, sans avoir besoin de



recourir à la fast-fashion ou à une production de grands volumes.



Taglio del nastro, White

Nouvel accent sur l'interconnexion culturelle avec la discussion The Indigenous Way, organisée au Mudec, Musée des cultures à Milan, en partenariat avec l'Ambassade du Canada en Italie et Ifa, Indigenous fashion arts. Cet événement a permis d'aborder le thème de la créativité des premières nations indigènes du Canada, en présence de l'Ambassadrice Elissa Golberg et des designers exposants. En outre, la conférence « Is diversity and inclusion a pipe dream? Overcoming tokenisme in Europe and beyond » s'est tenue chez Superstudio Più, au sein de la MyOwnGallery, en collaboration avec la Fma, Fashion minority alliance, au cours de laquelle sont intervenus Barbara Kennedy-Brown, fondatrice de la Fma, Olubiyi Thomas, designer, Cassidy Swinger, activiste, Elena Berardi, partenaire Schwa, Judith Saint Jermain, designer et Romeo Hunte, designer.

White a offert à la Fashion minority alliance et à son consortium de designers et acteurs, cette incroyable opportunité de pouvoir présenter sa mission sur une scène internationale. Selon Sofia Celeste, directrice de Fma Italie : « Notre table ronde sur la diversité et l'ouverture à la collaboration nous a donné un sentiment d'espoir, celui de pouvoir continuer à créer de réelles opportunités de leadership pour des communautés marginalisées en Italie, mais aussi au-delà de ses frontières ».

