FASHION NETWORK

PUBBLICAZIONE: fr.fashionnetwork.com
PAESE: FRA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €336.63
REACH: 24752
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 752487.00
AUTORE: Elena Passeri
URL: fr.fashionnetwork.com

> 16 settembre 2026 alle ore 17:01

> Versione Online

White Milan se renforce avec quatre nouvelles sections et 24% d'exposants en plus

Auteur : Traduit par Cecile Herrero Publié le 16 septembre 2026 Temps de lecture Télécharger Imprimer Taille du texte Cet article est une traduction. Cliquez ici pour consulter l'article d'origine. Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2026 FashionNetwork.com Auteur :

Elena Passeri

Traduit par

Cecile Herrero

Publié le

16 septembre 2026

L'édition 2026 marque une évolution profonde pour le rendez-vous de septembre de WHITE, qui enregistre une croissance de 24 % de son périmètre d'exposition. Cette progression à deux chiffres se traduit par une participation record de 450 marques, soutenue par un agrandissement de la surface d'exposition grâce à l'inauguration de quatre nouvelles sections et de deux nouveaux sites dans le Tortona District. Cette trajectoire de développement s'accompagne d'un renforcement de l'équipe commerciale, avec l'arrivée d'ambassadeurs et de consultants internationaux, afin de positionner le district comme pôle de référence de la créativité contemporaine et d'accroître l'attractivité mondiale de la Fashion Week de Milan. L'importance économique de l'événement sera attestée par la venue de plus de 300 acheteurs de premier plan, soigneusement sélectionnés parmi les plus grands groupes d'achat internationaux.

Accord avec Simest et BolognaFiere Cosmoprof

Cette expansion est portée par une stratégie axée sur le soutien à l'écosystème industriel italien et sur le développement des marchés internationaux. Au niveau national, un accord de filière a été signé avec Simest afin de favoriser l'exportation et la transition numérique des entreprises, tandis que, sur le plan des salons professionnels, la collaboration internationale avec Cosmoprof se renforce, créant des synergies stratégiques entre les secteurs du textile-habillement et des cosmétiques.

Publicités

« C'est un long parcours, parti de rien il y a 25 ans, qui m'amène aujourd'hui à repenser White pour le rendre toujours actuel et innovant, en parfaite cohérence avec l'ADN qui le caractérise depuis ses débuts. Mais surtout, je souhaite donner à White une forte dimension internationale, grâce à l'important partenariat en cours avec BolognaFiere : son expérience nous permettra bientôt de faire rayonner nos entreprises sur les plus grandes scènes internationales et, parallèlement, de concrétiser enfin mon idée de créer, dans le quartier de Tortona, un rendez-vous dédié à différents

secteurs, toujours sous le nom de White. De ce parcours, je suis heureux et profondément fier », commente Massimiliano Bizzi , fondateur de White.

« La collaboration commerciale avec White a déjà démontré concrètement le potentiel des synergies entre nos secteurs », déclare Antonio Bruzzone, directeur général de BolognaFiere. « La mode, la beauté et l'art de vivre constituent aujourd'hui des écosystèmes de plus en plus interconnectés, et nous souhaitons continuer à valoriser les compétences de nos deux entités, tout en préservant leurs identités et leurs positionnements respectifs et en créant de nouvelles opportunités de développement. » Tout cela renforce également l'activité de Cosmoprof à Milan, où la société a son siège et où elle opère avec Esxence, tout en collaborant à la mise en place d'initiatives telles que la Milano Beauty Week.

Accords internationaux

Parallèlement, le salon consolide ses synergies institutionnelles en concluant des accords clés avec les principales semaines de la mode et les organisations mondiales. L'axe avec l'Arménie est renouvelé à travers la Yerevan Fashion Week, tandis que le dialogue stratégique avec le Brésil s'intensifie, soutenu par un nouvel ambassadeur, par ApexBrasil et par ABEST Brasil. L'Europe conserve un rôle central : la collaboration avec l'Espagne se poursuit tant par l'intermédiaire de l'organisme public ICEX España Exportación e Inversiones, qui conduira une délégation de créateurs émergents et établis, qu'avec la Gran Canaria Swim Week, présente avec un espace dédié à la créativité de l'archipel.

Enfin, le salon étend son champ d'action aux marchés émergents. Grâce au soutien d'ARICE, l'agence gouvernementale roumaine chargée de l'internationalisation, l'événement accueillera une sélection de marques roumaines afin de favoriser les relations avec les acheteurs. En provenance d'Asie, dix créateurs indiens sélectionnés par la FDCI, l'organisme à l'origine de la Lakmé Fashion Week , seront également présents. Enfin, la synergie avec la mode sud-américaine se confirme grâce au projet « The Colombia Edit by Makeno », qui présentera au salon une sélection de marques colombiennes.

Nouvelle configuration de l'exposition

Au-delà du renforcement de la dimension internationale, le véritable tournant stratégique du salon réside dans la refonte complète de l'agencement au sein du Tortona Fashion District. L'organisation a mis en place une segmentation rigoureuse des entreprises participantes en fonction des catégories de produits, transformant ainsi le parcours en une expérience entièrement buyer oriented, pensée pour faciliter la lecture de l'offre par les acheteurs.

La carte des lieux d'accueil de l'événement s'étend et se diversifie. Aux côtés des sites historiques de la Via Tortona 27 (T27) et de la Via Tortona 54 (T54), deux nouvelles adresses font leur apparition : le T35, entièrement dédié au segment du resortwear avec le projet « On the Beach », et le T31. Ce dernier, en synergie avec le T54, servira de cadre au nouvel espace « More », un pôle vertical axé sur les marchés à fort potentiel que sont la beauté, l'art de vivre et le design. En ce qui concerne plus précisément chaque site : T27 LUCE : Le siège historique accueillera les collections de vêtements et d'accessoires contemporains et de luxe contemporain, avec la marque coréenne Kimhēkim en tant qu'invitée d'honneur. De plus, au sein de la salle LOUNGE, le géant textile international Keqiao présentera une sélection de 15 marques figurant au calendrier officiel de la

Tutti i diritti riservati

PUBBLICAZIONE: fr.fashionnetwork.com
PAESE: FRA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €336.63
REACH: 24752
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 752487.00
AUTORE: Elena Passeri
URL: fr.fashionnetwork.com
> 16 settembre 2026 alle ore 17:01
> Versione Online

Fashion Week de Milan. T54 : Outre la section « More », l'espace « Nuvola » (axé sur les accessoires de mode) fait ses débuts, ainsi que le projet « Box », un pôle urbain dédié au streetwear, à l'activewear et au denim. L'offre de ce lieu est enrichie par les ateliers et les talks quotidiens de WNLAB, centrés sur les codes et les tendances des cultures contemporaines. Le facteur réseautage : des événements variés et un soutien institutionnel

La stratégie de White vise à maximiser le retour sur investissement des exposants, y compris au-delà des horaires traditionnels du salon. Un programme étendu d'événements ouverts à la communauté de la mode – alliant musique, pop-ups et expériences interactives – fait en effet son apparition. Il animera la Via Tortona dès le début de l'après-midi, étendant ainsi l'esprit urbain de l'espace Box à l'extérieur de BASE Milano.

Ce dispositif de marketing et de réseautage s'appuiera sur une programmation dense d'expériences live, d'ateliers, de tables rondes et de podcasts. Ces initiatives s'adressent à un public d'acheteurs nationaux et internationaux, attirés notamment grâce au soutien stratégique du Ministère des Affaires étrangères et de la Coopération internationale, à l'activation d'un nouveau segment lié aux boutique-hôtels de luxe et au pouvoir d'attraction spontané du public mondial de la semaine de la mode milanaise.

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