PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE:
URL: fashionunited.it
> 1 ottobre 2026 alle ore 12:45
> Versione Online

White Milano: buyer esteri in aumento del 15% ed espositori a +24%



La kermesse White, andata in scena dal 24 al 27 settembre a Milano, nell'intero Tortona Fashion District, ha messo a segno una crescita del 15% dei compratori esteri e del 10% di quelli italiani: un traguardo molto importante per i 450 marchi presenti (in crescita del 24% rispetto alla precedente edizione). L'affluenza complessiva ha toccato i 9.000 operatori.

La superficie espositiva ha accolto quest'anno due nuove location: T31 (orientata al lifestyle, accessori e beauty) e T35 (focalizzata sul resortwear), che si affiancano agli spazi storici di T27 e T54, oltre alle sezioni tematiche Nuvola e Box.

Il salone ha ospitato eventi, talk, workshop, podcast, pop up e momenti di networking

L'estensione operativa della manifestazione ha integrato attività business to business e business to consumer, affiancando all'attività espositiva un palinsesto di incontri professionali, workshop e iniziative aperte al pubblico nel distretto cittadino.

"Il grande lavoro fatto sul brand mix del salone ha portato a un forte incremento dei buyer, in particolare di quelli di rilievo internazionale", ha commentato Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente di White, in chiusura della kermesse.

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

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE:
URL: fashionunited.it
> 1 ottobre 2026 alle ore 12:45
> Versione Online

"White si trova quindi davanti a un nuovo percorso, che è già partito nel modo migliore. Allo stesso tempo, vedere questa nuova energia giovane animare tutta la zona Tortona, fino a tarda sera, è il segnale concreto di quanto il cambiamento di format, con l'introduzione di aree business to consumer abbia saputo coinvolgere un pubblico più ampio. White si conferma così un progetto sempre giovane, innovativo e inclusivo", ha aggiunto Bizzi.

L'evento si è svolto con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, con il supporto di Maeci, ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, di Ice Agenzia e in partnership con Confartigianato Imprese.

Sul piano dello sviluppo internazionale e delle attività distributive, la manifestazione ha avviato una collaborazione con BolognaFiere-Cosmoprof per il potenziamento dei canali esteri e delle future iniziative nell'area.

Un'offerta commerciale che spazia dal made in Italy alle realtà internazionali

L'offerta commerciale dell'edizione ha compreso la presenza di marchi internazionali tra cui il brand coreano Kimhekim, la realtà serba Batakovic Belgrade, la label di calzature Duha e la proposta resortwear Donde Esteban, insieme a realtà del segmento lifestyle e home design come Qeeboo, Poltronova, Giobagnara e Les Ottomans.

Particolare rilievo ha avuto anche la dimensione internazionale della kermesse, con la partecipazione di realtà provenienti da Armenia, Brasile, Spagna, Canarie, Romania, India e Colombia, attraverso la collaborazione con fashion week, istituzioni e agenzie per l'internazionalizzazione.

White si conferma, quindi, come piattaforma di connessione tra il made in Italy e i nuovi scenari creativi e commerciali globali.

Successo anche per il lifestyle italiano di Alessandro Enriquez con il suo universo colorato e ironico, capace di spaziare dalla moda all'home e al design.

Tra i progetti che hanno caratterizzato il salone è da citare Monica & Friends.

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

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE:
URL: fashionunited.it
> 1 ottobre 2026 alle ore 12:45
> Versione Online

“Sia per il mio brand Faliero Sarti, sia per i marchi che ho coinvolto nel progetto Monica & Friends, sono felice di aver contribuito a un'edizione di White particolarmente frizzante, caratterizzata da un importante incremento dei buyer internazionali", ha affermato Monica Sarti, vice presidente di White.

Sul fronte del sostegno alle imprese, White ha siglato l'accordo Filiere d'Impatto con Simest, per accompagnare le aziende del fashion nei percorsi di crescita e internazionalizzazione e favorire l'accesso a strumenti di finanza agevolata.

Molti i buyer internazionali presenti

Tra i buyer presenti figurano nomi importanti di respiro internazionale. Tra questi: dall'Australia David Jones; dal Canada Holt Renfrew; dalla Svizzera Planhotels Hospitality Group; dalla Colombia Aguamanil; dalla Danimarca Strøm; dalla Spagna Suus; dalla Francia Le Bon Marché e Printemps; dalla Grecia Simple Caracters, Apoella e Mitsis Resorts; dall'India Le Mill; dal Giappone Hankyu e Takashimaya; dalla Giordania Strings Attached.

E ancora: dall'Olanda Pauw; dal Qatar Salam Stores e Harvey Nichols; dalla Russia Margo; dal Regno Unito Liberty, Selfridges e Layers; dagli Stati Uniti Bloomingdale's, Sandy Lane ed Eden Rock; dalla Germania MyTheresa.com e L&T dagli Emirati One&Only da Turks & Caicos Grace Bay Resorts; da St. Barth Cheval Blanc; da Ibiza & Formentera Anais; e, per l'area Worldwide, Roccoforte Hotels e Belmond Hotels.

In chiusura della manifestazione, gli organizzatori di White Milano hanno anche espresso un sincero ringraziamento al mobility partner Gruppo Renord spa che, per tutta la durata del salone, ha messo a disposizione un servizio di courtesy car, per agevolare gli spostamenti degli operatori in città.

Protagonisti degli appuntamenti serali di White anche tre realtà del mondo beverage: Villa degli Olmi, azienda vitivinicola italiana con un'ampia produzione di vini e spumanti; Consorzio Valtènesi, espressione della cultura vitivinicola della sponda bresciana del Lago di Garda e promotore delle

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

PUBBLICAZIONE: fashionunited.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €15.91
REACH: 1097
CATEGORIA DEL SITO WEB: Lifestyle/Fashion and Apparel
VISITE MENSILI: 33358.40
AUTORE:
URL: fashionunited.it
> 1 ottobre 2026 alle ore 12:45
> Versione Online

sue denominazioni; e Winelivery, piattaforma italiana dedicata alla selezione e delivery di vini, birre e drink.

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