



White , i buyer esteri crescono del 5%



Di Barbara Rodeschini 26 Settembre 2023

Si chiude con un bilancio sostanzialmente positivo l'edizione autunnale di **White** . A fronte di una partecipazione in linea con i risultati di settembre 2022, il salone di via Tortona può festeggiare l'incremento della compagine estera, aumentata del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. "Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo", ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** . "**White** – continua – contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio, mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta



raccogliendo i suoi frutti”.

Nel dettaglio, si è registrata la crescita di compratori provenienti da Francia, Stati Uniti e Medio Oriente e anche il ritorno di Cina, Giappone e Corea. Tra le insegne presenti anche **24s.com**, **Samaritaine**, **Lost&Found**, **NeimanMarcus**, **HoltRenfrew**, **HarveyNichols Doha**, **GalleriesLafayetteDubai**, **LevelShoes**, **ChaloubGroup**, **SaudiArabiaWesterly**, **Rubaiyat**, **Chapter4** e **Pattern**.

Organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE – Agenzia per la Promozione all’Estero e l’Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e in partnership con Confartigianato Imprese, **White** questa edizione ha avuto un’anima duplice: da un lato, la tradizionale fiera con oltre 360 brand; dall’altro, il varo di **White Village**, il primo *fuori salone* della moda realizzato in partnership con MTV, che ha ottenuto il plauso del pubblico grazie a un programma d’intrattenimento ricco di contenuti, tra cui il talk *The Couture code. L’impatto dell’AI sull’industria della moda* con la partecipazione di Albin Group e Mesmerise.

