QUOTIDIANO.NET

PUBBLICAZIONE: Quotidiano.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €4011.94
REACH: 300745
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 9142662.43
AUTORE: Marina Santin
URL: www.quotidiano.net

> 2 ottobre 2026 alle ore 4:47

> Versione Online

Stile e business. White rilancia il Tortona district



Una formula vincente. É quella che WHITE, salone internazionale della moda contemporanea, ha messo in scena al Tortona Fashion District... MARINA SANTIN BATTIALA

Moda

Ricevi le notizie di Quotidiano Nazionale su Google

Ascolta questo articolo ora...

Stile e business. White rilancia il Tortona district

Voice by

Una formula vincente. É quella che WHITE , salone internazionale della moda contemporanea , ha messo in scena al Tortona Fashion District di Milano, durante la settimana della moda. Grazie al suo nuovo modello di business, che affianca B2B e B2C, ha portato una ventata d'energia nell'intero quartiere rafforzandone la vivacità e l'attrattività con un programma diffuso di eventi, talk, workshop, podcast, pop up e momenti di networking, e con un ricco calendario di appuntamenti aperti al pubblico, che l'hanno reso un punto di incontro per la fashion community anche oltre gli orari espositivi.

WHITE, con questa edizione, ha consolidato la sua crescita accogliendo 450 marchi, il 24% in più rispetto a settembre 2025, grazie anche a due nuove location – T31, dedicata a lifestyle, accessori e beauty, e T35, riservata al resortwear – e alle aree Nuvola, per gli accessori, e Box, focalizzata su streetwear, urban e denim, anch'esse al debutto. Rafforzato anche il respiro internazionale del salone, con i compratori italiani in aumento del 10% e quelli internazionali del 15%.

"WHITE si trova davanti a un nuovo percorso, che è partito nel modo migliore", spiega Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente. "Il cambiamento di format, con l'introduzione di aree B2C, ci ha permesso di coinvolgere un pubblico più ampio, soprattutto giovani, facendogli vivere la moda in un

Onclusive

Tutti i diritti riservati

https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

QUOTIDIANO.NET

PUBBLICAZIONE: Quotidiano.net
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €4011.94
REACH: 300745
CATEGORIA DEL SITO WEB: News and Media
VISITE MENSILI: 9142662.43
AUTORE: Marina Santin
URL: www.quotidiano.net

> 2 ottobre 2026 alle ore 4:47

> Versione Online

modo più contemporaneo e rendendo ancor più coinvolgente l'atmosfera del quartiere di Tortona. Lo spirito di White infatti, è da sempre quello di fare dialogare la moda con la città".

Tra i protagonisti dell'edizione, numerosi brand che hanno portato proposte capaci di unire ricerca, originalità e forte riconoscibilità – come KIMHĒKIM, la maison coreana scelta come special guest – e la dimensione internazionale, con la partecipazione di realtà provenienti da Armenia, Brasile, Spagna, Canarie, Romania, India e Colombia. Ad arricchire il percorso di crescita e sviluppo di WHITE, la nuova collaborazione con BolognaFiere-Cosmoprof , che affiancherà il salone nel rafforzamento del suo percorso di internazionalizzazione e nei futuri progetti B2C nel Tortona District.

"Come Cosmoprof, collaboriamo con WHITE già da tre edizioni, con un focus particolare sul mondo saudita – spiega Antonio Bruzzone, amministratore delegato di BolognaFiere – quest'anno abbiano fatto un salto qualitativo nella nostra partnership iniziando a studiare operazioni congiunte nei nostri appuntamenti internazionali.

Inoltre, replicheremo il format B2C di WHITE Box anche su Bologna a partire dalla primavera dell'anno prossimo. La grande potenzialità del Tortona District ha aperto poi la strada a riflessioni per portare a Milano altre manifestazioni, come spin off o incubatori degli appuntamenti di Bologna. Moda e beauty, condividono creatività e voglia di sperimentare e innovare, credo che la contaminazione tra questi due universi sarà immediata".

Massimiliano Bizzi specifica poi che "quella con BolognaFiere è una partnership in progress, che mira a sviluppare WHITE rendendolo sempre più internazionale. Le aziende oggi, hanno l'esigenza di portare le loro proposte, alternative ai grandi brand ma di qualità e speso Made in Italy, nei mercati stranieri, dove c'è grande richiesta di questi prodotti. Il nostro programma di business è quindi, di sicuro successo ma solo BolognaFiere, grazie alle sue basi consolidate in altri paesi, poteva darci la garanzia di riuscita. La collaborazione punta anche a sviluppare il Tortona District, portando eventi B2C di altri settori merceologici, ma con l'approccio moderno di WHITE".

Onclusive

Tutti i diritti riservati

https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/