



White conferma il calendario delle edizioni di febbraio, giugno e settembre 2026



Febbraio, settembre e giugno: questi i tre mesi in cui la kermesse internazionale White aprirà le porte dei suoi saloni.

Confermate oggi, infatti, le prossime date: a inizio anno il salone sarà in scena in via Tortona dal 26 febbraio al primo marzo,

a giugno dal 20 al 22) e a settembre dal 24 al 27.

A febbraio sarà rafforzata la presenza di operatori dei Paesi del Golfo, Arabia Saudita, Qatar, Emirati Arabi Uniti

Come spiegano gli organizzatori attraverso una nota, a febbraio è atteso un forte incremento dei buyer esteri provenienti da tutto il mondo che concentrerà in modo mirato risorse e attenzione sui mercati a maggior potenziale. "In particolare, verrà rafforzata la presenza di operatori provenienti dai Paesi del Golfo, Arabia Saudita, Qatar, Emirati Arabi Uniti e Kuwait, oltre che da Giappone e Corea, aree strategiche per lo sviluppo internazionale del made in Italy e per l'espansione delle



opportunità commerciali delle aziende presenti", si legge nella nota.

"White, grazie al lavoro dei propri ambassador, sta assumendo un ruolo decisivo nel portare buyer qualificati all'interno della manifestazione. Il supporto di Ice e l'azione sinergica tra il team interno e la rete internazionale di collaboratori, hanno permesso di ampliare in modo significativo il raggio d'azione, intercettando mercati strategici e rafforzando le relazioni con buyer di alto profilo", ha osservato Massimiliano

Bizzi, presidente e fondatore di White.

L'edizione di febbraio 2026, sarà patrocinata da Regione Lombardia e dal Comune di Milano e sostenuta dal ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, valorizzerà in modo particolare il contributo di Ice–Agenzia, partner strategico insieme a Confartigianato Imprese.

"Il programma del 2026, con le classiche tre edizioni di febbraio, giugno e settembre, conferma la solidità del format ed è per questo che Ice, nel solco della diplomazia della crescita, che valorizza tutte le esperienze utili ad accrescere l'espansione delle imprese italiane all'estero, sostiene l'iniziativa confermando l'apprezzamento per il lavoro svolto. Il settore della moda, in particolare, sta vivendo un momento molto delicato con realtà che crescono e altre che soffrono e merita di essere sostenuto per il valore che esprime e la forte identificazione con il made in Italy", ha affermato Matteo Zoppas, presidente Ice.

"La fase che il settore moda sta attraversando in questo momento



richiede interventi puntuali a sostegno e allo sviluppo del
comparto. Tuttavia, riteniamo di primaria importanza affiancare
a tali misure un'azione mirata alla ricerca e all'esplorazione di
nuovi mercati, sui quali il made in Italy possa gettare le basi
per un nuovo e significativo sviluppo commerciale. In questo
contesto, risultano fondamentali interventi di accompagnamento
e supporto, soprattutto per le pmi, chiamate ad affrontare mercati
ad alto potenziale ma caratterizzati da una forte complessità", ha aggiunto Moreno
Vignolini, presidente Confartigianato Moda.