



[Fatti Soldi](#) [Lavoro](#) [Salute](#) [Sport](#) [Cultura](#) [Intrattenimento](#) **Magazine** [Sostenibilità](#) [Immediapress](#) [Multimedia](#) [AKI](#)

[Speciali](#) [Benessere](#) [Cybernews](#) [Moda](#) [Meteo](#) [Turismo](#)

Home . Magazine . Moda . [A White crescono i buyer stranieri, +14% rispetto a 2016](#)

A White crescono i buyer stranieri, +14% rispetto a 2016

MODA

[Tweet](#)



Massimiliano Bizzi, Cristina Tajani, Giuseppe Sala

Publicato il: 27/02/2017 18:46

In aumento i buyer stranieri per White, che si conclude oggi a Milano. Si tratta di un **incremento del 14%** su una **crescita generale dei visitatori del 4% e del 6% dei compratori** rispetto all'edizione di febbraio 2016. La rassegna ha portato sulla scena **511 marchi per 20mila mq di superficie espositiva, di cui 145 provenienti dall'estero e 189 new entry**, sottolineando il valore creativo del Tortona Fashion District, anche in previsione dei grandi cambiamenti che

coinvolgeranno Milano e le manifestazioni di moda a settembre 2017 (White si terrà dal 17 al 19).

"L'energia profusa a ogni edizione del salone e la volontà di fare sistema al fianco delle istituzioni milanesi, sono il motore che ci fa raggiungere nuovi traguardi a ogni stagione - afferma **Massimiliano Bizzi, fondatore di White** - A maggior ragione in vista del grande appuntamento del prossimo settembre, quando saremo tutti coinvolti con un programma unitario di 10 giorni che riunirà tutte le espressioni del fashion system e che renderà Milano il propulsore della moda, con White e il Tortona Fashion District in prima fila".

I tre giorni della kermesse hanno visto tra gli highlight del salone il design cosmopolita di **Laura Bihl e del suo brand Sainte Courtisane**, vincitrice della quinta edizione del Premio Ramponi; l'excursus creativo di Lucio Costa, evidenziato dall'**installazione So Lucio!** alla My Own Gallery e il talento di Irma Cipolletta, premiata con l'Inside Award da Sofia Tchkonja, direttore creativo della Mercedes-Benz Fashion Week di Tbilisi.

Le aree speciali hanno sottolineato la vocazione internazionale del salone, ospitando, con allestimenti dedicati, le espressioni creative provenienti dal Kazakhstan, i talenti del fashion portoghese, del Belgio, e Sofie D'Hoore, il design francese ma prodotto in Italia di Pierre-Louis Mascia, accanto al made in Italy di Labo.Art, di Stefano Mortari, Faliero Sarti e di **OOF**.