

WHITE CHIUDE CON NUMERI RECORD

IL TORTONA FASHION DISTRICT SI AFFERMA COME IL QUARTIERE PIÙ ATTRATTIVO DELLA CITTÀ

IMPORTANTE AUMENTO DELL' ESTERO, CHE COMPARATO CON LA PRIMA EDIZIONE DI SETTEMBRE 2017 CHE SI SVOLGEVA IN 4 GIORNI, CRESCE DEL +13%, ITALIA IN LEGGERO CALO -2%.
NEL LORO COMPLESSO I VISITATORI AUMENTANO DEL 5% SUPERANDO QUOTA 27.000.

Una chiusura all'insegna dell'entusiasmo e del più assoluto dinamismo, l'edizione di WHITE Milano su quattro giorni, segna un importante step nella crescita del salone, **col suo format e progetti speciali nel Tortona Fashion District**. Dai suoi esordi WHITE ha scommesso sulla potenzialità della zona, vincendo la sfida, come dimostra il significativo ampliamento dell'evento con **562 marchi (375 brand italiani, 187 esteri) esposti in quattro location, tra Tortona 27 | Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel Nhow e Tortona 54 | Ex Ansaldo su una superficie allestita di circa 22.000 mq.**

Punta di diamante di questo sviluppo è proprio il **Tortona 31 | Opificio**, spazio composto da più location autonome, dove WHITE ha creato un percorso unico nel suo genere. **Grande successo anche per i pop up store dei marchi Fiorucci e A.F. Vandevorst** che hanno suscitato grande entusiasmo anche tra i buyer. A WHITE convivono brand di artigianalità made in italy e brand di ricerca internazionali, ma anche **importanti showroom come Fila, Ilaria Nistri e forte_forte**, che hanno aderito al progetto. E ancora innovazione nel segno del **digital** grazie a **Showroom Connection** che si è evoluto in una nuova **dimensione off-online con la collaborazione di Vogue #Shareable**.

"WHITE ha completato il suo percorso nel Tortona Fashion District con la nuova location del Tortona 31 e un format espositivo al passo coi tempi, perché capace di dialogare con gli addetti ai lavori. E' un risultato straordinario vedere l'energia che anima via Tortona, un vero fuori salone della moda. Oggi zona Tortona è un vero fashion district in cui abbiamo sempre creduto. E grazie alla sinergia con le istituzioni e progetti come Milano XL, Milano e WHITE si confermano come appuntamenti di riferimento per il settore a livello internazionale, come si evince dalla crescita delle presenze estere al salone". Commenta Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE.

E continua la sinergia con le istituzioni come **Camera Nazionale della Moda**, che ha supportato WHITE nello show del brand belga A.F. Vandevorst che ha scelto Milano per celebrare i suoi 20 anni di storia all'insegna della sperimentazione. E **Confartigianato Imprese Moda**, che promuove le realtà artigianali custodi del saper fare italiano con aree speciali, come la **Lounge** in Tortona 27 e **WHITE Studio** (Tortona 54) dove a ogni designer è associato un prestigioso retailer italiano, che ne diventa ambascador.

Grande supporto alle imprese italiane e al settore grazie alla presenza del **Vice Ministro per lo Sviluppo Economico On. Dario Galli**, che ha inaugurato l'edizione di settembre, insieme all'**assessore al Turismo, marketing territoriale moda della Regione Lombardia Lara Magoni**, l'**assessore alla Moda del Comune di Milano, Cristina Tajani**, il **Presidente di Confartigianato Giorgio Merletti**, il **Presidente di Confartigianato Marche, Responsabile per Internazionalizzazione Giuseppe Mazzarella** e **Manuela Bora Assessore Industria e Artigianato della regione Marche**.

Infine spazio alla ricerca nell'area **INSIDE WHITE** che per questa stagione ha visto come vincitore

WHITE[®]

MILANO



PATROCINIO
Comune di
Milano

il marchio di occhialeria MOVITRA, premiato per il design e il brevetto rivoluzionario che permette di ruotare la montatura proteggendo le lenti. Un prodotto interamente Made in Italy premiato da Flavia Brogini della Boutique Base Blu di Varese.

WHITE, oltre a essere la piattaforma per marchi consolidati, italiani e internazionali, rappresenta anche la vetrina per nuovi brand e designer, grazie all'attento scouting di cui è pioniere. Lo dimostrano i casi di **Delirious Eyewear** di Marco Lanero, designer e fondatore del brand, che ha lanciato nel 2012 proprio a WHITE ed è oggi uno dei vincitori del concorso Who is On Next?. Senza contare la presenza di talenti nella moda **eco-sostenibile come WRAD**, che da WHITE è partito a Giugno 2018 presentando le sue novità eco-friendly: il salone crede infatti da sempre nell'innovazione sostenibile. Il label WRAD, presente anche a Settembre, ieri sera è stato premiato al **Green Carpet Award di Camera Nazionale della Moda**. Dichiarò Matteo Ward, CEO dell'omonimo brand: *"Il Comune di Monterosso Calabro, che ha ispirato l'innovazione sostenibile di tintura con grafite riciclata è stato premiato da Colin Firth, con l'hand print award. WHITE ha creduto fin dall'inizio e investito nei valori e nel percorso innovativo del marchio WRAD e siamo entusiasti di questa edizione perché vediamo un crescente interesse dei buyer nella sostenibilità e nei prodotti di design innovativi, capaci di mettere in discussione lo status quo"*.

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa e P.R. WHITE
Ph +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it

Milano, 24 Settembre 2018

