



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 | Opi cio, 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 o -online con la collaborazione di Vogue #Shareable.