

WHITE MILANO CHIUDE A +14% DI BUYER ESTERI. LA STRATEGIA DELL'INTERNAZIONALITÀ È PREMIANTE PER IL SALONE, ARRIVATO A QUOTA 23.129 VISITATORI

WHITE MILANO - 27/02/2017 - **+14% di compratori stranieri (rispetto all'edizione di febbraio 2016)**. Un afflusso di visitatori che ha toccato le **23.129 presenze**, con un incremento totale di **+4%**. Lato buyer si è registrato un aumento globale del **6%**. Rilevante il **+14% di buyer esteri**, che in qualche modo anticipa l'appuntamento di settembre 2017 con l'unione di fiere e sfilate. Trend positivo anche per l'Italia con **+ 4%** (paragonati a febbraio 2016). Questi dati attestano chiaramente il successo della direzione internazionale intrapresa dal salone della moda contemporary, premiato da una convergenza di pubblico finora mai registrata. La rassegna, **patrocinata dal Comune di Milano ha portato on stage 511 marchi - su 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.

*«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, founder 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».*

Il tradeshow si è aperto in anteprima venerdì 24 febbraio, con la sfilata dello Special Guest **Situationist, brand disegnato dal talentuoso stilista georgiano Irakli Rusadze**, in partnership con la **Camera Nazionale della Moda Italiana**, al Museo Nazionale della Scienza e della tecnologia Leonardo da Vinci.

All'opening ufficiale, il 25 febbraio, sono intervenuti il sindaco di Milano, Giuseppe Sala e l'Assessore alle Politiche per il Lavoro, Sviluppo Economico, Attività Produttive, Moda e Design Cristina Tajani. Entrambi hanno sottolineato la necessità, per Milano, di essere sempre più internazionale e di dare spazio ai giovani, esigenze rese possibili anche grazie al lavoro di squadra sviluppato con WHITE e con gli altri player di settore.

*«La moda incarna uno dei valori di Milano - ha affermato il **Sindaco Sala**, durante la sua partecipazione - e l'internazionalità è nel Dna della città e va corroborata e supportata, così come l'ampio spazio dato ai giovani, che vengono qui per attingere a nuove opportunità. Questi sono concetti fondamentali per una Milano sempre più internazionale e dinamica. E WHITE è una delle manifestazioni che rispecchiano appieno questi valori».*

L'andamento positivo del salone si è manifestato già dal primo giorno della rassegna, contraddistinto da un **+7% di operatori stranieri (dato comparato con febbraio 2016)**.

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'exkursus 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 Kazakistan, i talenti del fashion portoghese, del Belgio - con le showroom [les belges] - 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**.

Prosegue il sostegno del salone alle aziende del vero Made In Italy, con il **progetto firmato MIAC, IT'S TIME TO CONTEMPORARY ARTISAN, intrapreso da WHITE in collaborazione con Confartigianato Imprese**, ha messo in luce le diverse anime dell'hand made, con un concept espositivo sviluppato su tre direttrici: **WHITE STUDIO, WHITE ARTISAN LOUNGE e WHITE FOLIES**, ognuna con una sua precisa espressione manifatturiera.