

WHITE®

PRESENTS

STYLE ROUTES TO
SHANGHAI

2MILA VISITATORI PER LA PRIMA EDIZIONE DI STYLE ROUTES TO SHANGHAI LA NUOVA PIATTAFORMA B2B DI WHITE NELLA SHANGHAI FASHION WEEK

Chiude a quota 2mila visitatori la prima edizione di **WHITE** a **Shanghai**, con la presentazione del progetto **Style Routes to Shanghai** - tenutosi dal 13 al 15 ottobre nel nuovo Art District della metropoli, il West Bund Art Center - **realizzato in collaborazione con Confartigianato Imprese, con il supporto di ITA - Italian Trade Agency** e inserito nel calendario ufficiale della **Shanghai Fashion Week**.

L'evento ha suscitato il vivo riscontro degli intervenuti, sia per l'accurata selezione dei 56 brand presenti, sia per l'organizzazione della piattaforma. **WHITE** ha portato a Shanghai l'atmosfera del salone e l'accuratezza dell'allestimento, che sono da sempre tra i suoi caratteri distintivi e che hanno raccolto i consensi degli operatori del settore.

Tra i buyer intervenuti, nomi del calibro di **Alibaba Jd.com, Vip.com, Secoo.com, Xiaohongshu.com, Netease, Itochu, Isetan, Le Dome, Xingli Department Store, Attos Group, The Balancing-Bailian Group, Fosun Group, The Beast Shop, Vertice London, Fair Minerva, The Fashion Door, 10 corso como Shanghai, Sanyo Shokai, Li&Fung e Mymm.com**, la nuova shopping platform di Lanecrawford. Hanno inoltre visitato la nuova piattaforma, rappresentanti delle più importanti testate giornalistiche internazionali, tra cui, per citarne alcune, **BOF, Elle China, i-D, Modernweekly, WWD** e i blogger **Boynam e Wenjun Lau**.

*«Avere portato il mondo **WHITE** così lontano, a Shanghai, ha mostrato il raggiungimento di una maturità ed expertise del nostro gruppo che mi rende orgoglioso - spiega Massimiliano Bizzi, Founder di **WHITE** - ma, soprattutto, già da questa prima edizione si comprendono le enormi potenzialità per le aziende che noi rappresentiamo e si capisce che questo mercato non può essere tralasciato».*

Particolare interesse hanno riscosso i: **Talks Around The Table** - con focus su diversi argomenti, quali Made in Italy Textile & Fabrics, Athleisure, alla presenza di Alfredo Canducci Sales and Business Director di Tomorrow London Limited, Design & Retail - che hanno arricchito i tre giorni della manifestazione e che hanno visto la partecipazione di prestigiosi operatori della stampa on e off line, di buyer asiatici e **con la speciale partecipazione della Camera Italiana Buyer Moda - The Best Shop e di BOF, Business of Fashion**.

*«La Shanghai Fashion Week mette in connessione il mercato cinese con l'industria internazionale della moda - afferma Mrs Lv Xiaolei, vice segretario generale della Shanghai Fashion Week - Uno dei suoi compiti principali è quello di costruire una piattaforma di altissimo livello per i marchi esteri, che vogliono testare il mercato cinese. Grazie a **WHITE**, manifestazione internazionale del fashion system, 56 marchi italiani sono approdati sul mercato cinese in occasione della Shanghai Fashion Week, offrendo una selezione altamente qualitativa ai buyer professionisti e agli operatori dell'industria fashion. L'arrivo del famoso salone d'oltremare è stato, inoltre, favorito grazie alla collaborazione con **ON TIME**, che ha supportato la crescita della più prestigiosa stagione dei saloni in Asia».*

Per maggiori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
raffaella.imo@whitepress.it
press@whiteshow.it

ITA®
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

WHITE®
MILANO

Confartigianato
Imprese