

WHITE VOLA OLTRE LE 22.000 PRESENZE (+10% RISPETTO A SETTEMBRE 2015), SEGNA UN INCREMENTO DEI BUYER PARI AL +5%, CON L'ITALIA AL + 2% E L'ESTERO + 16%

Forte di un'edizione che ha visto il lancio di **cinque nuove sezioni con un appeal fortemente internazionale**, WHITE chiude il salone con **22.176 visitatori** totali (+10% rispetto a settembre 2015) e una presenza sempre più importante di **buyer da tutto il mondo** grazie ai diversi progetti e alla collaborazione con **ICE-Agenzia per la promozione e internazionalizzazione delle imprese italiane**. Si registra un importante **incremento del segmento estero con + 16% di buyer** provenienti in gran parte da: **Giappone, Cina** e dal **Nord Europa**. Cresce anche la presenza di compratori dagli **Stati Uniti**. Si conferma costante la presenza di **buyer italiani** con le migliori **boutique multibrand** che trovano a WHITE un brand mix ideale da affiancare alle grandi maison. Con una superficie allestita di oltre **20.000 mq (+ 12%** confrontato a settembre 2015) articolati nelle **tre location** (TORTONA 27 SUPERSTUDIO PIU', TORTONA 54 EX ANSALDO, TORTONA 35 HOTEL NHOW) che hanno ospitato oltre i **500 espositori di cui 346 aziende italiane e 164 estere con una crescita del 32%** di brand stranieri, che scelgono WHITE Milano per presentare le loro collezioni. Tra questi sono **200 le new entry** che confermano il continuo scouting del salone per offrire ai buyer proposte sempre aggiornate sui nuovi trend.

Dichiara **Massimiliano Bizzi, Fondatore di WHITE**: *“Una bellissima edizione della fashion week di Milano fortemente caratterizzata da un'energia positiva che conferma il lavoro importante fatto dalle istituzioni. WHITE dimostra attraverso i numeri delle presenze, ma anche del grande lavoro di rinnovamento costante, di essere oggi il salone di riferimento per il womenswear. Consapevoli di questo, siamo già al lavoro per la prossima edizione”*.

Forte attenzione dei buyer e addetti ai lavori per **WHITEAST introducing CHINA**, il nuovo padiglione dedicato al contemporary cinese. Tra i brand **Jinnnn** - special guest del salone - è stato protagonista di una **performance-evento** nell'area garden di Via Tortona 27, che ha inaugurato la sezione di moda cinese con una preview venerdì 23 settembre.

Partner del progetto WHITEAST è LUISAVIAROMA, che ha selezionato per il proprio catalogo online **4 brand emergenti tra i 15 presenti** nella sezione dedicata ai giovani talenti cinesi. La collaborazione tra WHITE e LUISAVIAROMA continuerà in **Ottobre durante la Shanghai Fashion Week**, durante la quale le collezioni dei designer selezionati verranno rese disponibili in esclusiva in pre-ordine online su LUISAVIAROMA.COM.”

“Siamo rimasti positivamente colpiti dalla qualità dei designer selezionati. Siamo molto felici di essere partner di WHITE a Shanghai, dove annunceremo un progetto che svilupperemo nel 2017 e che coinvolgerà varie città del mondo.” afferma **Andrea Panconesi, CEO di LUISAVIAROMA**

WHITE[®]

MILANO

Sempre nel segno dell'internazionalità le **aree speciali** con designer dalla **Georgia** e dal **Belgio**, dal **Portogallo** e **dall'Argentina** che hanno scelto WHITE per presentare le loro novità. Grande attenzione per il progetto **BREAK TIME** che ha portato a Milano **quattro designer** dall'Estonia, Georgia, Belgio e Kazakistan.

Per supportare i designer più promettenti del panorama è stato inoltre assegnato il premio **INSIDE WHITE** a **Giorgia Fiore**, brand nato nel 2014 dall'omonima designer, nota per aver partecipato al famoso talent sulla moda Project Runway Italia e alla scorsa edizione di It's Time to South. Per valorizzare le nuove generazioni della moda e le nuove frontiere dell'artigianalità la seconda edizione del progetto IT'S TIME TO SOUTH realizzato in collaborazione con ICE - che ha ospitato **dodici designer emergenti** dalle regioni del Sud Italia (**Calabria, Campania, Puglia e Sicilia**) e **WHITE STUDIO - It's Time to Contemporary Artisan**, che rappresenta il primo progetto di **MIAC** - Moda Italiana Aziende Contemporary una branch nata dall'accordo tra Confartigianato Moda e WHITE.

Il progetto di espansione di WHITE non si ferma con il salone. Grazie a una stretta collaborazione con **ICE**, WHITE esporta all'estero il Made in Italy con quattro eventi dedicati durante le fashion week di **Shanghai (15 ottobre)**, **Seoul (20 ottobre)**, **Dubai (23 ottobre)** per approdare il **17 novembre** a **Berlino** con un'ultima presentazione nella prestigiosa cornice dell'Ambasciata Italiana. Il **road show "IT'S TIME TO WHITE"** porterà all'estero un assaggio del brand mix del salone per promuovere le **aziende italiane del panorama contemporary nel mondo** tramite fashion event speciali pensati per attrarre stampa e buyer dei mercati esteri. Un'occasione unica per far conoscere le storie di successo nate a WHITE con nomi come: Faliero Sarti, Matteo Thiele, Mario Costantino Triolo, Melampo, Lupe, Jejia, Giancarlo Petriglia, Giuliana Mancinelli Bonafaccia, Flaminia Barosini, Vaerso, Manfredi Manara, Labo. Art e Simone Vera Bath.

Milano, 26 Settembre 2016

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