

Fiera White. Dal 23 al 26 febbraio con 546 marchi

I brand di ricerca trovano più spazio nel Tortona District

Marta Casadei

In attesa che, a giugno, debutti la nuova area dedicata allo streetwear con formula B2C, White continua il proprio percorso di evoluzione con un'edizione femminile "potenziata" negli espositori, nella durata e nei metri quadrati. Ma anche nell'attenzione ai giovani talenti e ai brand di nicchia, rigorosamente contemporary.

La prossima edizione di **White donna** si terrà nell'arco di quattro giorni - dal 23 al 26 febbraio, in linea con la formula già sperimentata nel settembre scorso, in occasione di Milano XL - e distribuita su quattro location, tutte nel Tortona fashion district. In particolare, verrà ampliata la location Tortona 31 Opificio, con due spazi in più rispetto a Tortona 31/Archiproducts che si era aggiunto a settembre 2017. In totale, la superficie espositiva toccherà i 21.700 metri quadri, con un +8,5% rispetto a febbraio 2017.

A crescere, come detto, non sono solo gli spazi: a partecipare a questa edizione di White saranno 546 marchi, +6,8% rispetto a febbraio dello scorso anno, di cui 163 esteri, +12,4% sempre rispetto all'edizione di febbraio. In aumento a doppia cifra anche i nuovi ingressi: 210, +11% rispetto a febbraio 2017.

«La nostra strategia di sviluppo continua con l'ampliamento degli spazi nel Tortona District - ha detto Brenda Bellei, ceo di M.Seventy, società cui fa capo White - proseguendo con interessanti collaborazioni internazionali, come lo special guest di questa edizione, Rouge Margaux, e rinnovando per il 2018 la partnership con Ice e Confartigianato Im-

prese per sviluppare opportunità di business per le aziende italiane, promuovendo l'incoming di buyer internazionali».

L'idea fondante di White, creato da Massimiliano Bizzi nel 2000, è quella di completare la proposta della fashion week milanese proponendo un'alternativa contemporary alle griffe più tradizionali, puntando su marchi innovativi - più o meno di nicchia - e giova-

210

Nuovi ingressi

In crescita dell'11,2% rispetto al White di febbraio 2017

+8,5%

L'area espositiva

White arriva quest'anno a occupare 21.700 metri quadri

ni talenti. Italiani e internazionali, proponendosi come vetrina globale e all'avanguardia. Promuovendo le eccellenze locali (con il progetto "It's time to South", per esempio) e portando alcune realtà all'estero, come avvenuto con "Styles routes to Shanghai", che verrà ripetuto anche quest'anno.

In sinergia con il Comune di Milano e in linea con l'attenzione al tema dello scouting, il 26 febbraio lo stilista veneto Marco Rambaldi, 27 anni, sarà il protagonista dello special project di questa edizione di White.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

