

Saloni

White Milano fa il pieno con 546 brand (+6,85%)

Rouge Margot sarà l'ospite d'onore dell'edizione in scena dal 23 al 26 febbraio. Tra le novità, Marco Rambaldi debutta come special project. **Barbara Rodeschini**

Adieci giorni dal taglio del nastro, fervono i preparativi per la nuova edizione di **White Milano**. L'edizione dedicata alle proposte donna e agli accessori, in calendario dal 23 al 26 febbraio, vede la partecipazione di 546 marchi, in progressione del 6,85% rispetto alla corrispettiva edizione del 2017, con un percorso espositivo che supera i 21.700 metri quadrati (+8,5%) che vede il potenziamento dell'idea di salone diffuso nel contesto del **Tortona fashion district**. Oltre ai tradizionali hub di via Tortona 27, 35 e 54, c'è la conferma degli spazi all'interno del Tortona 31 Opificio che, dopo il debutto di settembre in tandem con **Archiproducts**, si estende andando a includere anche l'area Quattrocento. Non solo, per il salone organizzato da **M.Seventy** quest'edizione è anche l'occasione per ribadire la propria leadership confermando l'introduzione di una giornata in più, quella di venerdì, alla consueta schedule del salone. Una scelta che riguarda le edizioni dedicate al womenswear e che rispecchia la vocazione all'avanguardia e alla moda contemporanea di White Milano. «Lo sviluppo della nuova location Tortona 31 tra brand internazionali e aziende made in Italy», ha spiegato a **MFF Massimiliano Bizzi**, founder di White, «rende il Tortona fashion district la meta di riferimento durante le settimane della moda.

Grazie al numero di marchi e di visitatori presenti al salone e spalmati, oggi, su ben quattro set espositivi siamo sempre più consapevoli del ruolo di White e di Milano nel fashion system internazionale». Una presenza sempre più profonda che ha come obiettivo la crescita nel segno della qualità dell'internazionalizzazione. E se da un lato, a ricoprire il ruolo di Special guest è il marchio parigino **Rouge Margot**, dall'altro, è sempre alta l'attenzione nei confronti di un Made in Italy distintivo con la scelta di affidare a **Marco Rambaldi** il ruolo di Special project e con il potenziamento del format It's time to south che porta al salone una selezione di 15 aziende provenienti dall'Italia meridionale. «La no-



Un look di Rouge Margot

stra strategia di sviluppo continua su più fronti», ha continuato **Brenda Bellei**, ceo di M.seventy, «con l'ampliamento degli spazi nel Tortona district, proseguendo con interessanti collaborazioni internazionali con partner di primo piano e rinnovando anche per il 2018 la partnership con **Ice-Agenzia, Confartigianato imprese e Conf. export**, per sviluppare opportunità di business per le aziende italiane, promuovendo l'incoming di prestigiosi buyers internazionali e, soprattutto, agevolando la presenza delle aziende che promuoviamo sui mercati esteri come quello cinese, grazie al progetto Style toutes to Shanghai, per il quale siamo già al lavoro in tandem con Ice, in vista della prossima edizione». (riproduzione riservata)

