

Ricerca

ACCEDI O REGISTRATI |  
RICERCA  
AVANZATA

f t i

MF  
fashionABBONATI  
SUBITO

HOME

LIVESTAGE

BACKSTAGE

FINANZA

COLLEZIONI

TV  
MODA

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

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

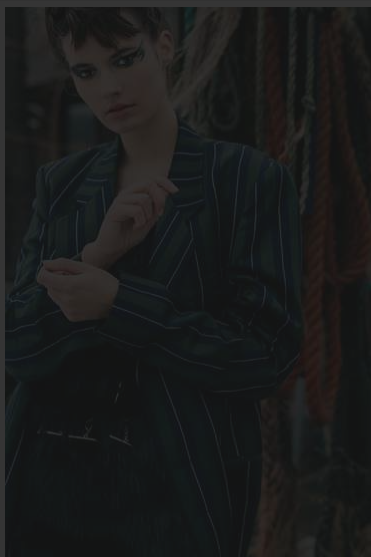
di Barbara  
RodeschiniMff - Numero 031 pag. 10 del  
13/02/2018Home » Livestage » White Milano fa il pieno con 546 brand  
(+6,85%)

Condividi:



COLLEZIONI

LIVESTAGE

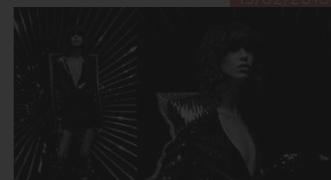


A dieci giorni dal taglio del nastro, fervono i preparativi per la nuova edizione di White Milano. L'edizione dedicata alle proposte donna e agli accessori, in calendario dal 23 al 26 febbraio, vede la partecipazione di 546 marchi, in progressione del 6,85% rispetto alla corrispettiva edizione del 2017, 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 contemporary 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



HUGO BOSS DICE ADDIO A  
JASON WU DOPO CINQUE  
ANNI D...



IL BOOM DI KERING. UTILE  
NETTO PIÙ CHE  
RADDOPPIATO...

Con Zurich-Connect risparmi  
sull'assicurazione auto, senza  
rinunciare alla qualità e con tutta  
l'affidabilità di un grande gruppo.

time to south che porta al salone una selezione di 15 aziende provenienti dall'Italia meridionale. «La nostra strategia di sviluppo continua su più fronti», ha continuato Brenda Bellei, ceo di M.seventy, «con l'ampliamento degli spazi nel Tortona district, pro...

partner di primo piano Agenzia, Confartigianato business per le aziende internazionali e, soprattutto, promuoviamo sui mercati toutes to Shanghai, della prossima edizione

SCARICA PDF

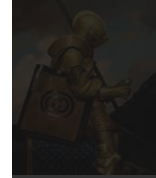
LISTA



**CANALI**

presenta l'eccellenza nella moda abiti sartoriali da uomo

13/02/2018



NO RECORD DI AL +45%

13/02/2018

**BURBERRY LANCIA UN CHECK RAINBOW**

13/02/2018



**ANNA VIRGILI DEBUTTA AL MIPEL**

