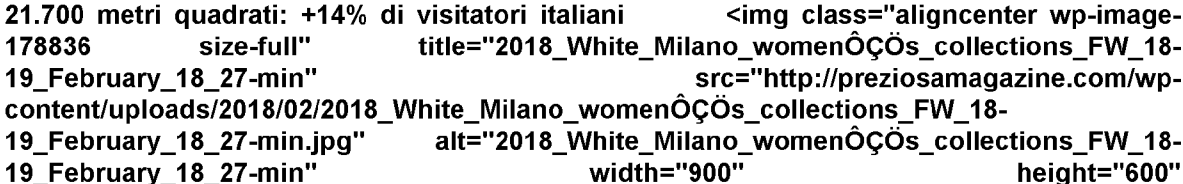


## WHITE, CRESCITA DI BUYER A DOPPIA CIFRA

L'edizione di febbraio chiusa ieri ha presentato 551 marchi su una superficie espositiva di 21.700 metri quadrati: +14% di visitatori italiani

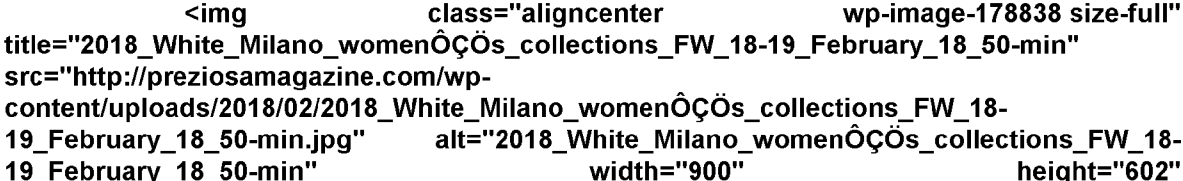


178836 size-full" title="2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min" src="http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min.jpg" alt="2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min" width="900" height="600" srcset="http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min.jpg 900w,

http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min-300x200.jpg 300w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min-768x512.jpg 768w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min-500x333.jpg 500w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_27-min-450x300.jpg 450w" sizes="(max-width: 900px) 100vw, 900px" />

La formula dei 4 giorni proiettata anche su febbraio – assieme alla strategia di marchi consolidati e medie imprese in esposizione e all'espansione dell'hub di Tortona 31 Opificio – sono stati gli asset trainanti dell'edizione di WHITE, salone patrocinato dal Comune di Milano, che si è chiuso ieri. I dati confermano la crescita costante del trade show, che a questa tornata ha presentato 551 marchi su una superficie espositiva di 21.700mq. La manifestazione ha, di fatto, registrato un aumento complessivo dei buyer a +16% (rispetto a febbraio 2017, merito anche del format espanso su quattro date), l'Italia cresce del 14%, l'estero del 28%.

“Stiamo raccogliendo i frutti di una strategia, soprattutto verso i Paesi esteri, di promozione del Salone e di Milano che, oggi, i dati ci dimostrano essere vincente – ha detto Massimiliano Bizzi, fondatore di White -. Sono felice anche dell'atmosfera vivace ed energica, che si è respirata nel Salone e degli apprezzamenti sul brand mix, ricevuti dai migliori buyer italiani ed esteri. Mi auguro che a settembre il sistema moda ritorni ad attuare la strategia di avere le fiere di settore vicine alla Fashion week. È una strada che porterebbe a un'ulteriore crescita per Milano e per le aziende”.



title="2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min" src="http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min.jpg" alt="2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min" width="900" height="602" srcset="http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min.jpg 900w,

http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min-300x201.jpg 300w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min-768x514.jpg 768w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-19\_February\_18\_50-min-500x334.jpg 500w, http://preziosamagazine.com/wp-content/uploads/2018/02/2018\_White\_Milano\_women collections FW 18-

19\_February\_18\_50-min-450x300.jpg 450w" sizes="(max-width: 900px) 100vw, 900px" />  
 Ad animare questa edizione, la special guest Rouge Margaux. Il marchio parigino ha portato in scena al Tortona 31 Opificio / Archiproducts una performance live; Marco Rambaldi, special project di White, oltre a presentare la nuova collezione, ha proiettato il cortometraggio "Vogliamo anche le rose", in cui racconta il cambio culturale tra la generazione che ha vissuto i fermenti rivoluzionari degli anni Settanta e i giovani di oggi. Federica Tosi ha portato a White una capsule See Now By Now di 5 outfit. Grande successo anche per l'area White Bijoux con 19 brand e designer indipendenti internazionali del gioiello, selezionati dalla collaborazione tra il Salone e Birik Butik. La partnership con Confartigianato Imprese e Ice Agenzia ha portato al Salone il vento dell'internazionalizzazione grazie al progetto It's Time To South. Riproposto anche il format White Studio con il legame tra i marchi esposti e The Best Shops della Camera Italiana Buyer Moda per rafforzare l'immagine del ready to wear con la visita del sottosegretario ai Beni culturali e Turismo Dorina Bianchi. Confermato anche l'appuntamento ormai consolidato con l' Inside White Award, che ha premiato la creatività di Alice Catena e del suo marchio di cappelli Montegalio, mentre il Premio Ramponi è andato alla designer Lisa Anderlini e il suo marchio LAU. 