



WHITE<sup>®</sup>  
VILLAGE

**MEDIA COVERAGE**

SEPTEMBER 2023

# Indice

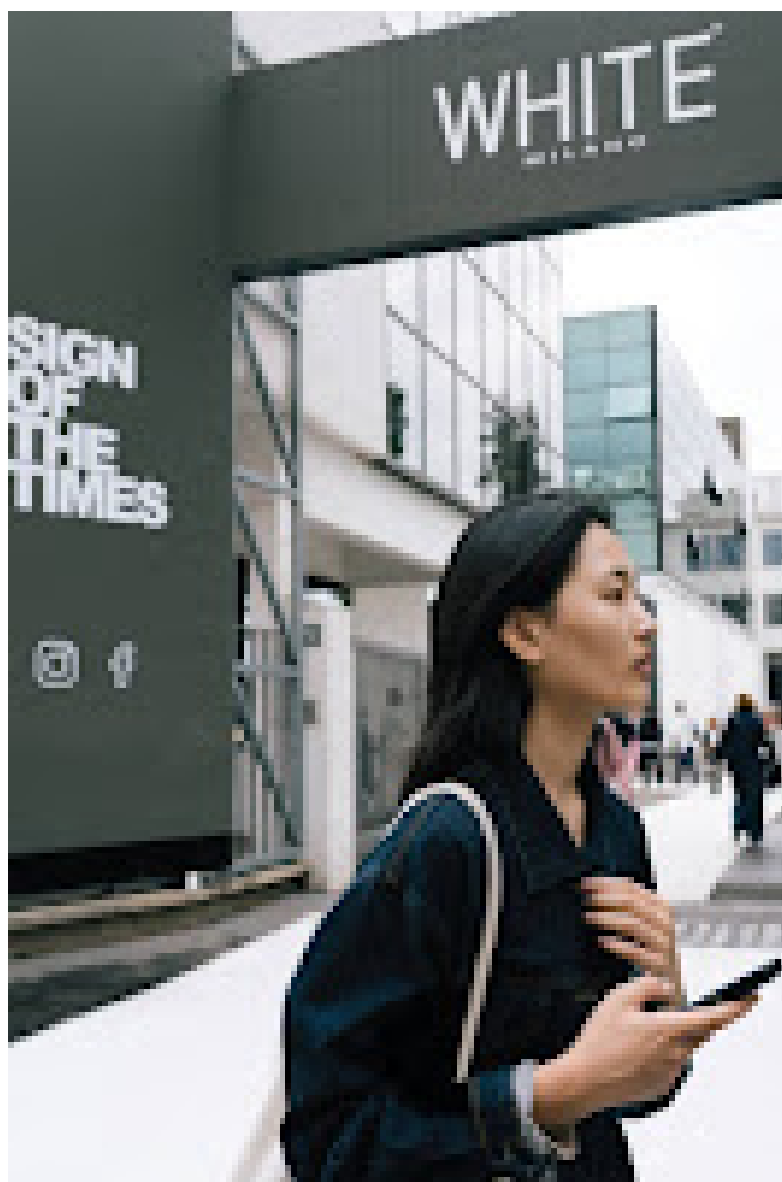
WHITE: Presentato il Calendario delle Manifestazioni 2024 modaglamouritalia.com - 28/11/2023	5
Nel 2024 White Milano anticipa di un giorno l'inizio delle sue edizioni intimoretail.it - 28/11/2023	8
WHITE MILANO PRESENTA IL CALENDARIO DI EVENTI PER LA FASHION WEEK menstyle.it - 26/11/2023	11
White anticipa di un giorno le edizioni e White Resort raddoppia fashionmagazine.it - 22/11/2023	17
Agenda 2024: White conferma il format e anticipa di un giorno le date preziosamagazine.com - 24/11/2023	19
White anticipa di un giorno le date degli appuntamenti 2024 pambianconews.com - 24/11/2023	22
White Milano anticipa di un giorno le edizioni 2024 mffashion.com - 24/11/2023	24
White: tutte le novità delle prossime edizioni hubstyle.sport-press.it - 23/11/2023	26
White anticipa di un giorno le edizioni e White Resort raddoppia fashionmagazine.it - 23/11/2023	29
White Show presenta al Mudec "The Couture Code - l'impatto dell'AI sull'industria della moda" dailyonline.it - 19/09/2023	31
L'impatto dell'AI sull'industria della Moda? Se ne parla il 22 settembre a Milano primaonline.it - 19/10/2023	33
Milano Fashion Week, White Show inaugura al Mudec la conferenza 'The Couture Code - L'impatto dell'AI sull'industria della moda' youmark.it - 18/09/2023	35
WHITE recorded a constant number of visitors compared to September 2022 taketonews.com - 30/09/2023	36
WHITE a maintenu une fréquentation constante par rapport à septembre 2022 fashionunited.fr - 29/09/2023	38
White: buyer esteri in aumento del 5 per cento fashionunited.it - 27/09/2023	40
WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project propertyaspectsmagazine.co.uk - 27/09/2023	43
WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project informazione.it - 27/09/2023	45
WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project skal.org - 27/09/2023	48
WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project	50

WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project Prnewswire.co.uk - 27/09/2023	52
HUB Style Magazine hubstyle.sport-press.it - 27/09/2023	55
MODA, ASSESSORE MAZZALI: A WHITE IN MOSTRA 40 ECCELLENZE LOMBARDE Italynews.it - 26/09/2023	58
White: buyer esteri in aumento (+5%) worldmagazine.it - 26/09/2023	60
White: buyer esteri in aumento (+5%) fashionnetwork.com (Italy) - 26/09/2023	62
White, i buyer esteri a +5% trainano un'edizione stabile Imservizi.it - 26/09/2023	64
White, i buyer esteri a +5% trainano un'edizione stabile ilsole24ore.com - 26/09/2023	65
White Show, aumentano ancora i buyer dall'estero. "Numeri eccezionali in questa fashion week" Quotidiano.net - 26/09/2023	67
White amplia il focus internazionale: +5% i buyer stranieri. E il dopo salone porta animazione in Tortona fashionmagazine.it - 26/09/2023	69
White, i buyer esteri crescono del 5% pambianconews.com - 26/09/2023	71
White al via con il format Village pambianconews.com - 23/09/2023	73
Dalla moda alle mostre, i migliori eventi del primo weekend d'autunno a Milano lastampa.it - 23/09/2023	75
WHITE SHOW, L'ALTRA FACCIA DELLA MILANO FASHION WEEK menstyle.it - 20/09/2023	80
White Show presenta al Mudec "The Couture Code - l'impatto dell'AI sull'industria della moda" dailyonline.it - 20/09/2023	84
L'impatto dell'AI sull'industria della Moda? Se ne parla il 22 settembre a Milano primaonline.it - 20/09/2023	88
Milano Fashion Week, White Show inaugura al Mudec la conferenza 'The Couture Code - L'impatto dell'AI sull'industria della moda' youmark.it - 20/09/2023	89
Eventi White Show presenta al Mudec "The Couture Code - I impatto dell AI sull industria della moda" Daily Net - 19/09/2023	90
White, format inediti con focus sull'estero e porte aperte a tutti Moda24 - 18/09/2023	91
White si rigenera e aggiunge il dopo salone Village italianshoes.com - 14/09/2023	94
da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di Bianco - Corriere.it - . it.italy24.press - 09/09/2023	95

Fashion Week, il calendario: da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di White Msn (Italia) - 09/09/2023	97
Fashion Week, il calendario: da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di White Ascolta l'articolo 5 min i new corriere.it - 09/09/2023	99
Al White i nuovi marchi Corriere della Sera - 08/09/2023	101
Moda, Mazzali: "AWhite in mostra 40 eccellenze lombarde, una vetrina verso l'olimpico del fashion" InPrimaPagina - 07/09/2023	103
Eventi e notizie Moda e Modi Stile imore.it - 07/09/2023	104
White Milano al Tortona Fashion District Tutte le tendenze primavera-estate 2024 L'informatore vigevanese - 06/09/2023	105
White lancia il «fuorisalone» della moda. E potenzia il suo lato internazionale Imservizi.it - 06/09/2023	106
White Milano: novità in arrivo per la nuova edizione hubstyle.sport-press.it - 06/09/2023	107
White lancia il «fuorisalone» della moda. E potenzia il suo lato internazionale ilsole24ore.com - 06/09/2023	109
White Milano (dal 22 al 25 settembre) cresce nel format e inaugura il "village" informatorevigevanese.it - 06/09/2023	111
Regione Lombardia: "A White in mostra 40 eccellenze del territorio" seietrenta.com - 06/09/2023	114
White lancia il format del 'dopo salone' con il progetto Village pambianconews.com - 06/09/2023	116
IL WHITE TORNA CON 360 AZIENDE E DÀ IL VIA AL FORMAT «VILLAGE» MF Fashion - 05/09/2023	118
White torna ai numeri pre Covid e lancia il "dopo salone" Village fashionnetwork.com (Italy) - 05/09/2023	119
Torna in scena il White Milano e il Tortona District si anima con il nuovo format Village fashionmagazine.it - 05/09/2023	121



## Presentato il Calendario delle Manifestazioni 2024



**WHITE**, è la manifestazione-evento di riferimento a livello globale per il Womenswear e il Lifestyle contemporaneo, presenta il calendario per l'anno 2024: un ricco programma di iniziative funzionale agli addetti ai lavori, che racchiude le edizioni di febbraio, giugno e settembre che si terranno, come di consueto nelle storiche locations nel **Tortona Fashion District** (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec) durante le rispettive **Fashion Week Milanesi**. La decisione di anticipare di un giorno tutte le edizioni, a Febbraio da Giovedì 22 a Domenica 25, a Settembre da Giovedì 19 a Domenica 22 e per **White Resort** da Sabato 15 a Lunedì 17 Giugno, risponde all'esigenza strategica di agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle

date delle **Fashion Week Internazionali**.

*“Sin dagli esordi, **WHITE** si è distinto per l'originalità delle sue proposte e per la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato, rimanendo fedele ai propri standard qualitativi - affermano **Massimiliano Bizzi**, Fondatore di **WHITE**, e **Simona Severini**, General Manager - Inoltre, abbiamo voluto anticipare l'apertura dopo aver valutato le esigenze ed i flussi dei compratori e della stampa; siamo pertanto convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti.”*

Dopo il grande successo delle ultime due edizioni che ha riportato per **M.Seventy** e **WHITE** i numeri ai livelli pre-covid, la strategia del salone è quella di continuare a porre valore sullo scouting Nazionale e Internazionale, puntando i riflettori sulle più attrattive aziende italiane e rafforzando il progetto **Expo White**, che introduce Designer, Brand e compratori provenienti da paesi che appartengono ad una geografia non convenzionale della moda.

**White** infatti espande i confini della propria ricerca oltre al Middle East, a nuovi paesi emergenti quali gli stati Latino Americani, l'Asia Centrale con un focus di nuovo forte su Cina e Corea.

*“Siamo molto soddisfatti dell'interesse forte che il nostro salone continua a suscitare dopo gli oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato i nostri sforzi di interpretare i cambiamenti e le esigenze del settore in evoluzione. Abbiamo aggiunto un new title al nostro marchio, contraddistinguendo **WHITE** con **SIGN OF THE TIME** al fine di evidenziare di edizione in edizione che i nostri format sono sempre al passo con i tempi”* afferma **Brenda Bellei**, Ceo del Salone e di M.Seventy.

Nei prossimi giorni inoltre verrà realizzata la Campagna fotografica dedicata al salone A/I di Febbraio 2024 di **WHITE**, il cui tema, sarà in continuità con il percorso culturale e artistico delle precedenti edizioni. La nuova Campagna sarà presentata in occasione della prossima conferenza stampa.

Dal 15 al 17 Giugno si riconferma **WHITE** Resort, il salone dedicato alle Collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle oltre che al segmento beachwear e all'abbigliamento fuori acqua. Alla sua seconda edizione **WHITE** Resort raddoppierà il numero degli espositori, passando da 60 a 120 aziende e si svolgerà presso gli spazi di Superstudio in via Tortona 27. Rinnovati i progetti di patrocinio del **Comune di Milano**, della **Regione Lombardia** ed il supporto del **Ministero degli Affari Esteri** e della **Cooperazione Internazionale** (MAECI), tramite **ICE** - Agenzia per la promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane che garantisce, grazie alla partnership con **Confartigianato Imprese**, il sostegno delle attività di promozione Internazionale. Un rapporto che favorisce l'incoming dei più importanti Buyer Internazionali e della stampa estera, che aumentano in percentuale stagione dopo stagione.

Infine una novità: **WHITE VILLAGE** la cui prima edizione si è tenuta a Settembre 2023, accompagnerà come “dopo salone” tutte e tre le edizioni di Febbraio, Giugno e Settembre 2024. L'idea del Village riprende i temi fondamentali di **WSM- White Sustainable Milano**, ma li affronta con un approccio differente, facendo coesistere divertimento e networking.

Per Maggiori Informazioni: [www.whiteshow.com](http://www.whiteshow.com)





[WHITE\\_%20SETTEMBRE%202023.jpg](#)" imageanchor="1"> [WHITE\\_%20SETTEMBRE%202023.jpg](#)" width="133" id="280dae1">





## Nel 2024 White Milano anticipa di un giorno l'inizio delle sue edizioni



di Nunzia Capriglione · 28 Novembre 2023







Per il 2024, **White** anticipa di un giorno l'avvio di tutte le sue edizioni che, come di consueto, si svolgeranno nelle storiche location nel Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec): per le collezioni **FW 2024**, l'appuntamento è da **giovedì 22 a domenica 25 febbraio**; a settembre, invece, **White** si svolgerà da giovedì 19 a domenica 22.

Mentre **White Resort**, il salone dedicato alle collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle oltre che al segmento **beachwear** e all'abbigliamento **fuori acqua**, va in scena da **sabato 15 a lunedì 17 giugno**. Tra le novità di questo format, che ha debuttato nel 2023, si fa notare il **notevole incremento degli espositori il cui numero raddoppia**, passando da 60 a 120. L'evento si svolgerà negli spazi di Superstudio in via Tortona, 27.

La decisione di **anticipare di un giorno tutte le edizioni di White** risponde all'esigenza strategica di agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali.



Dopo il successo delle ultime due edizioni che ha riportato per M.Seventy e **White** i numeri ai livelli pre-covid, la **strategia del salone è quella di continuare a porre valore sullo scouting nazionale e internazionale**, puntando i riflettori sulle **più attrattive aziende italiane e rafforzando il progetto Expo White**, che introduce designer, brand e compratori provenienti da **paesi che appartengono ad una geografia non convenzionale della moda**. **White** infatti espande i confini della propria ricerca a nuovi paesi emergenti come gli stati Latino Americani, l'Asia Centrale con **un focus di nuovo forte su Cina e Corea**. **White Village**, la cui prima edizione si è tenuta a settembre 2023, **accompagnerà come “dopo salone” tutte e tre le edizioni di febbraio, giugno e settembre 2024**. L'idea del Village riprende i temi fondamentali di **WSM- White Sustainable Milano**, ma li affronta con un approccio differente, facendo coesistere divertimento e networking. Nei prossimi giorni verrà realizzata la campagna fotografica dedicata al salone autunno inverno di febbraio 2024 di **White**, il cui tema, sarà in continuità con il percorso culturale e artistico delle precedenti edizioni.

Rinnovati i progetti di **patrocinio del Comune di Milano, della Regione Lombardia ed il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, tramite **ICE – Agenzia per la promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** che garantisce, grazie alla partnership con **Confartigianato Imprese**, il sostegno delle attività di promozione internazionale.





# WHITE MILANO PRESENTA IL CALENDARIO DI EVENTI PER LA FASHION WEEK – ME Style





**WHITE**, la manifestazione-evento di riferimento a livello globale per il womenswear e il lifestyle contemporaneo, presenta il calendario per l'anno 2024: un ricco programma di iniziative funzionale agli addetti ai lavori, che racchiude le edizioni di febbraio, giugno e settembre che si terranno, come

di consueto nelle storiche locations nel Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec) durante le rispettive Fashion Week Milanesi. La decisione di anticipare di un giorno tutte le edizioni, a febbraio da giovedì 22 a domenica 25, a settembre da giovedì 19 a domenica 22 e per **White** Resort da sabato 15 a Lunedì 17 giugno, risponde all'esigenza strategica di agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali. "Sin dagli esordi, **WHITE** si è distinto per l'originalità delle sue proposte e per la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato, rimanendo fedele ai propri standard qualitativi", affermano **Massimiliano Bizzi**, Fondatore di **WHITE** e Simona Severini, General Manager. "Inoltre, abbiamo voluto anticipare l'apertura dopo aver valutato le esigenze ed i flussi dei compratori e della stampa; siamo pertanto convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti." Un ulteriore passo che delinea la volontà di **WHITE** ad impegnarsi a rimanere un polo di riferimento della moda milanese. Dopo il grande successo delle ultime due edizioni che ha riportato per M.Seventy e **WHITE** i numeri ai livelli pre-covid, la strategia del salone è quella di continuare a porre valore sullo scouting nazionale e internazionale, puntando i riflettori sulle più attrattive aziende italiane e rafforzando il progetto Expo **White**, che introduce designer, brand e compratori provenienti da paesi che appartengono ad una geografia non convenzionale della moda. Attraverso un'attenta ricerca e una mappatura sempre più estesa, il focus sulla curatela, porta ad uno studio più avanzato dei trend e ad un potenziamento delle aree nel Fashion District di Via Tortona, per presentare agli operatori del settore, provenienti da tutto il mondo, una showcase in continua crescita. **White** infatti espande i confini della propria ricerca oltre al Middle East, a nuovi paesi emergenti quali gli stati Latino Americani, l'Asia Centrale con un focus di nuovo forte su Cina e Corea. "Siamo molto soddisfatti dell'interesse forte che il nostro salone continua a suscitare dopo gli oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato i nostri sforzi di interpretare i cambiamenti e le esigenze del settore in evoluzione. Abbiamo aggiunto un newtitle al nostro marchio, contraddistinguendo **WHITE** con SIGN OF THE TIME al fine di evidenziare di edizione in edizione



che i nostri format sono sempre al passo con i tempi” – afferma **Brenda Bellei**, Ceo del Salone e di M.Seventy. Nei prossimi giorni verrà realizzata la campagna fotografica dedicata al salone autunno inverno di febbraio 2024 di **WHITE**, il cui tema, sarà in continuità con il percorso culturale e artistico delle precedenti edizioni. La nuova campagna sarà presentata in occasione della prossima conferenza stampa.



Dal 15 al 17 giugno si riconferma **WHITE** Resort, il salone dedicato alle collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle oltre che al segmento beachwear e all'abbigliamento fuori acqua.



Alla sua seconda edizione **WHITE** Resort raddoppierà il numero degli espositori, passando da 60 a 120 aziende e si svolgerà presso gli spazi di Superstudio in via Tortona 27. Rinnovati i progetti di patrocinio del Comune di Milano, della Regione Lombardia ed il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), tramite ICE – Agenzia per la promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane che garantisce, grazie alla partnership con Confartigianato Imprese, il sostegno delle attività di promozione internazionale. Un rapporto che favorisce l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera, che aumentano in percentuale stagione dopo stagione. Infine una novità: **WHITE VILLAGE** la cui prima edizione si è tenuta a Settembre 2023, accompagnerà come "dopo salone" tutte e tre le edizioni di febbraio, giugno e settembre 2024. L'idea del Village riprende i temi fondamentali di WSM- **White** Sustainable Milano, ma li affronta con un approccio differente, facendo coesistere divertimento e networking





**Bike & Sportswear  
via Garibaldi, 249 Messina**







## White anticipa di un giorno le edizioni e White Resort raddoppia

[fashionmagazine.it/market/presentato-il-calendario-2024-white-anticipa-di-un-giorno-le-edizioni-e-white-resort-raddoppia-112679](https://www.fashionmagazine.it/market/presentato-il-calendario-2024-white-anticipa-di-un-giorno-le-edizioni-e-white-resort-raddoppia-112679)

A cura della redazione

PRESENTATO IL CALENDARIO 2024: White anticip...

PRESENTATO IL CALENDARIO 2024

23 November 2023



Stesse location nel Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti e Mudec), ma un cambiamento nella tempistica per White: nel 2024 la manifestazione-evento sul womenswear e il lifestyle contemporaneo anticiperà di un giorno tutte le edizioni.

Si svolgerà quindi a febbraio da giovedì 22 a domenica 25, a settembre da giovedì 19 a domenica 22 e a giugno, con il format White Resort, da sabato 15 a lunedì 17.

Massimiliano Bizzi e Simona Severini (rispettivamente fondatore e general manager di White) sono convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti. «Fin dagli esordi - spiegano - White si è distinto per l'originalità delle sue proposte e la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato e restando fedele ai propri standard qualitativi». «Questo - si legge in un comunicato - è un ulteriore passo che delinea la volontà del salone di rimanere un polo di riferimento della moda milanese».



La nota sottolinea il successo delle ultime due edizioni, «che ha riportato **M.Seventy** e **White** ai livelli pre-Covid». La strategia è continuare a concentrarsi sullo scouting nazionale e internazionale, puntando i riflettori sulle aziende italiane più attrattive e rafforzando **ExpoWhite**, progetto dedicato a designer, brand e compratori provenienti da Paesi che appartengono a una geografia non convenzionale della moda. I confini della ricerca di **White** si ampliano in direzione di Middle East, nazioni emergenti tra cui quelle dell'America Latina e Asia Centrale, con un focus di nuovo consistente su Cina e Corea.

«Siamo molto soddisfatti dell'interesse forte che il salone continua a suscitare dopo oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda - sottolinea **Brenda Bellei**, ceo della rassegna e di M.Seventy -. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato gli sforzi che abbiamo fatto per interpretare i cambiamenti e le esigenze di un settore in evoluzione». «Abbiamo aggiunto un new title al nostro marchio, contraddistinguendo **White** con *Sign of The Times* - prosegue - al fine di evidenziare di edizione in edizione che i nostri format sono sempre al passo con i tempi».

Nei prossimi giorni sarà realizzata la campagna fotografica per l'edizione di febbraio 2024 di **White**, che verrà presentata durante la prossima conferenza stampa. Intanto il nuovo format **White Resort** sulle proposte di ricerca per la vacanza e il lifestyle, il beachwear e l'abbigliamento fuori acqua raddoppia i suoi numeri: dal 15 al 17 giugno 2024 passerà da 60 a 120 aziende, svolgendosi al Superstudio di via Tortona 27.

Rinnovati i progetti di patrocinio di **Comune di Milano** e **Regione Lombardia**, mentre continua a dare il proprio supporto a **White** il **Maeci (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)** tramite **Ice Agenzia** per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese, garantendo grazie alla partnership con **Confartigianato Imprese** il sostegno alle attività di promozione internazionale. Alla luce di tutto ciò, informano da **White**, aumentano stagione dopo stagione in percentuale i buyer e i giornalisti provenienti dall'estero.

Tutte e tre le edizioni saranno accompagnate dal **White Village** che, lanciato nel settembre scorso, fa coesistere divertimento e networking, riprendendo i temi chiave di **Wsm-White Sustainable Milano**.

A cura della redazione

© Tutti i diritti riservati





## Agenda 2024: White conferma il format e anticipa di un giorno le date



IndustryNews Decisione presa per agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali. 24 Novembre 2023



Pasquale Tallarino

**WHITE** conferma i format 2024 e anticipa di un giorno le date degli appuntamenti di febbraio (22-25), settembre (19-22). Variazioni anche per **White** Resort a giugno (15-17), il salone dedicato alle collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle, al segmento beachwear e

all'abbigliamento fuori acqua. Gli organizzatori della manifestazione-evento di riferimento per il womenswear e il lifestyle contemporaneo hanno optato, dunque, per queste variazioni **in ragione di un'esigenza strategica: agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali**. Si svolgeranno, dunque, nei contesti tradizionali, nel Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec) durante le rispettive Fashion Week Milanesi.

**WHITE** -SETTEMBRE-23-min-770x1155.jpeg" alt="" id="6ff465ac">

*“Fin dai primi passi, **WHITE** ha fatto dell'originalità delle proposte il proprio tratto distintivo. Ha assecondato le esigenze degli espositori e quelle del mercato, fedele ai propri standard qualitativi – spiegano **Massimiliano Bizzi**, Fondatore di **WHITE** e **Simona Severini**, General Manager – Abbiamo anticipato l'apertura dopo aver valutato le esigenze ed i flussi dei compratori e degli operatori dell'informazione. Siamo convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti”.*

I numeri sono incoraggianti: nelle ultime due edizioni, hanno riportato M.Seventy e **WHITE** ai livelli pre-Covid. **La strategia del salone è continuare ad investire sullo scouting nazionale e internazionale**: punta sulle aziende italiane più attrattive e rafforza il progetto Expo **White**, che introduce designer, brand e compratori provenienti da paesi meno convenzionali della moda. **White** infatti espande i confini della propria ricerca oltre al Middle East, a nuovi paesi emergenti: Latino Americani, l'Asia Centrale,

Cina e Corea.



“Siamo molto soddisfatti dell’interesse forte che il nostro salone continua a suscitare dopo gli oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato i nostri sforzi di interpretare i cambiamenti e le esigenze del settore in evoluzione. Abbiamo aggiunto un new title al nostro marchio, contraddistinguendo **WHITE** con SIGN OF THE TIME al fine di evidenziare di edizione in edizione che i nostri format sono sempre al passo con i tempi”, afferma **Brenda Bellei**, Ceo del Salone e di M.Seventy.

**WHITE** VILLAGE la cui prima edizione si è tenuta a settembre 2023, accompagnerà come “dopo salone” le edizioni di febbraio, giugno e settembre 2024.

[www.whiteshow.com](http://www.whiteshow.com)

Agenda 2024: **White** confirms formats and advances dates by one day

**WHITE** confirms the 2024 formats and brings forward by one day the dates of the February (22-25), September (19-22) appointments. Changes also for **White** Resort in June (15-17), the show dedicated to holiday and lifestyle research collections, the beachwear segment and out-of-water clothing. The organisers of the show-event of reference for womenswear and contemporary lifestyle have therefore opted for these variations because of a strategic need: to facilitate the logistical coordination of the operators in the sector, while remaining aligned with the dates of the international fashion weeks. They will therefore take place in the traditional contexts, in the Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec) during the respective Milan Fashion Weeks.

“From the very beginning, **WHITE** has made the originality of its proposals its hallmark. It has pandered to the needs of the exhibitors and those of the market, faithful to its own quality standards,” explain **Massimiliano Bizzi**, Founder of **WHITE**, and Simona Severini, General Manager. “We anticipated the opening after assessing the needs and flows of buyers and information operators. We are convinced that the change will favour the operativeness of the professionals and the planning of their appointments”.

The numbers are encouraging: in the last two editions, they have brought M.Seventy and **WHITE** back to pre-Covid levels. The show’s strategy is to continue investing in national and international scouting: it focuses on the most attractive Italian companies and strengthens the Expo **White** project, which introduces designers, brands and buyers



from less conventional fashion countries. White in fact expands the boundaries of its scouting beyond the Middle East to new emerging countries: Latin America, Central Asia, China and Korea.





## White anticipa di un giorno le date degli appuntamenti 2024



Di Redazione 24 Novembre 2023

White, manifestazione italiana di riferimento per il womenswear e il lifestyle contemporaneo, ha presentato il calendario per il 2024: un ricco programma di iniziative funzionale agli addetti ai lavori, che racchiude le edizioni di febbraio, giugno e settembre che si terranno, come di consueto nelle storiche locations nel **Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti, Mudec)** durante le rispettive fashion week milanesi. “La decisione – si legge nella nota – di anticipare di un giorno tutte le edizioni, a febbraio da giovedì 22 a domenica 25, a settembre da giovedì 19 a domenica 22 e per White Resort da sabato 15 a lunedì 17 giugno, risponde all’esigenza strategica di agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali”.

“Abbiamo voluto anticipare l’apertura dopo aver valutato le esigenze ed i flussi dei compratori e della stampa- hanno commentato il fondatore di White, **Massimiliano Bizzi**, e **Simona Severini**, general manager -. Siamo pertanto convinti che il cambiamento favorirà l’operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti”. Dopo il grande successo delle ultime due edizioni che ha riportato per **M.Seventy** e White i numeri pre-Covid, la strategia del salone è quella di “continuare a porre valore sullo scouting nazionale e internazionale, puntando i riflettori sulle più attrattive aziende italiane e rafforzando il progetto **Expo White**, che introduce designer, brand e compratori provenienti da paesi che appartengono ad una geografia non convenzionale della moda”.

Per presentare agli operatori del settore una showcase in continua crescita, White espande i confini della propria ricerca oltre al Middle East, a nuovi Paesi quali l’America Latina e l’Asia, con un focus di nuovo forte su Cina e Corea.

Dal 15 al 17 giugno si riconferma White Resort, il salone dedicato alle collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle oltre che al segmento beachwear e all’abbigliamento fuori acqua. Alla sua seconda edizione White Resort raddoppierà il numero degli espositori, passando da 60 a 120 aziende e si svolgerà presso gli spazi di Superstudio in via Tortona 27. Infine, White Village, la cui prima edizione si è tenuta a settembre



2023, accompagnerà come “dopo salone” tutte e tre le edizioni di febbraio, giugno e settembre 2024. L’idea del Village riprende i temi fondamentali di **WSM- White Sustainable Milano**, ma li affronta con un approccio differente, facendo coesistere divertimento e networking.



## White Milano anticipa di un giorno le edizioni 2024



Business

Gli appuntamenti di febbraio, giugno e settembre si terranno, come di consueto, nelle location nel Tortona fashion district, durante le rispettive fashion week, ma inizieranno tutte prima del previsto per allinearsi ai calendari internazionali

di MATTEO ZHU

tempo di lettura

Leggi dopo

**White** Milano anticipa di un giorno le edizioni 2024" id="6f50b72e">

Un momento di **White** Milano (courtesy **White**)

**White** Milano svela il calendario 2024. La manifestazione-evento di womenswear e lifestyle, che sarà ospitata nella consueta location del **Tortona fashion district**, per il prossimo anno ha però anticipato di un giorno le date di tutte e tre le sue edizioni. Il cambiamento «risponde all'esigenza di agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle settimane della moda internazionali», fa sapere la fiera. Le edizioni si terranno quindi a febbraio da giovedì 22 a domenica 25, a giugno con **White resort** da sabato 15 a lunedì 17 e settembre da giovedì 19 a domenica 22, durante le fashion week milanesi. «Sin dagli esordi, **White** si è distinto per l'originalità delle sue proposte e per la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato, rimanendo fedele ai propri standard qualitativi», hanno commentato il fondatore di **White**, **Massimiliano Bizzi** e la general manager **Simona Severini**. «Inoltre, abbiamo voluto anticipare l'apertura dopo aver valutato le esigenze e i flussi dei compratori e della stampa. Siamo convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti». Dopo il successo delle ultime edizioni, con i numeri tornati ai livelli del pre Covid, la strategia del salone è quella di continuare a porre valore sullo scouting nazionale e internazionale.

Riflettori puntati sulle aziende italiane più attrattive e rafforzando il progetto **Expowhite**, che introduce designer, brand e compratori provenienti da Paesi che appartengono a una geografia non convenzionale della moda. Attraverso un'attenta ricerca e una mappatura sempre più estesa, il focus sulla curatela porta a uno studio più avanzato dei



trend e a un potenziamento delle aree nel fashion district di via Tortona, per presentare agli operatori del settore uno showcase in continua crescita. **White** infatti espande i confini della propria ricerca oltre al Middle east, a nuovi paesi emergenti quali gli stati latino americani, l'Asia centrale, con un focus di nuovo forte su Cina e Corea. Si riconferma **White** resort, il salone dedicato alle collezioni di ricerca per la vacanza e il lifestyle, oltre che al segmento beachwear e all'abbigliamento fuori dall'acqua. Alla sua seconda edizione, questo resort raddoppierà il numero degli espositori, passando da 60 a 120 e si svolgerà negli spazi di **Superstudio** in via Tortona 27. Infine, la novità di **White village**, la cui prima edizione si è tenuta lo scorso settembre, accompagnerà tutte e tre le edizioni di febbraio, giugno e settembre 2024. L'idea del village riprende i temi fondamentali di **Wsm- White sustainable Milano**, ma li affronta con un approccio differente, facendo coesistere divertimento e networking. (riproduzione riservata)





## tutte le novità delle prossime edizioni- HUB Style



- HUB Style
- /
- White : tut...

White, evento globale e punto di riferimento per il womenswear e il lifestyle contemporaneo presenta il calendario 2024. Un programma ricco di iniziative che, come di consueto si svolgerà nelle storiche location della **Tortona Fashion District**, durante le *Milano Fashion Week*.

Tutte le edizioni saranno anticipate di un giorno, a **febbraio** da **giovedì 22** a **domenica 25**, a **settembre** da **giovedì 19** a **domenica 22** e per White Resort da **sabato 15** a

**lunedì 17 giugno**, per rispondere all'esigenza degli operatori del settore di un coordinamento logistico.

*“Sin dagli esordi, **WHITE** si è distinto per l'originalità delle sue proposte e per la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato, rimanendo fedele ai propri standard qualitativi. Inoltre, abbiamo voluto anticipare l'apertura dopo aver valutato le esigenze ed i flussi dei compratori e della stampa; siamo pertanto convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti.”* Un ulteriore passo che delinea la volontà di **WHITE** ad impegnarsi a rimanere un polo di riferimento della moda milanese”, affermano **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **WHITE** e **Simona Severini**, general manager.



Dopo il successo delle ultime due edizioni, la strategia del salone è quella di continuare a porre il focus principale sullo scouting nazionale e internazionale dei brand, puntando i riflettori sulle aziende italiane più attrattive e introducendo, con il progetto **Expo White**, brand e compratori provenienti da paesi non convenzionali per la moda.

Infatti **White** espande i propri confini verso il **Middle East**, gli **stati Latino Americani**, l'**Asia Centrale** con un particolare focus su **Cina** e **Corea**.

*“Siamo molto soddisfatti dell'interesse forte che il nostro salone continua a suscitare dopo gli oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato i nostri sforzi di interpretare i cambiamenti e le esigenze del settore in evoluzione. Abbiamo aggiunto un new title al nostro marchio, contraddistinguendo **WHITE** con **SIGN OF THE TIME** al fine di evidenziare di edizione in edizione che i nostri format sono sempre al passo con i tempi”*, afferma **Brenda Bellei**, ceo del **Salone** e di **M.Seventy**.

Si riconferma **WHITE Resort**, dal **15 al 17 giugno**. Il salone dedicato alle collezioni lifestyle, oltre che al segmento beachwear, che si terrà presso gli spazi di **Superstudio in via Tortona 27**. Per quest'anno il numero degli espositori raddoppierà passando da **60 a 120 aziende**.

Rinnovati i progetti di patrocinio del **Comune di Milano**, della **Regione Lombardia** ed il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, tramite **ICE**, agenzia per la promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione

delle Imprese Italiane che garantisce, grazie alla partnership con **Confartigianato Imprese**, il sostegno delle attività di promozione internazionale.

Ultima novità il **White Village**, che accompagnerà il dopo salone in tutte e tre le edizioni di **febbraio, giugno e settembre 2024**. Un approccio differente per trattare i temi fondamentali di **WSM- White Sustainable Milano**, attraverso un connubio di divertimento e networking.





## White anticipa di un giorno le edizioni e White Resort raddoppia



### PRESENTATO IL CALENDARIO 2024

Stesse location nel Tortona Fashion District (Superstudio, Base, Padiglione Visconti e Mudec), ma un cambiamento nella tempistica per White : nel 2024 la manifestazione-evento sul womenswear e il lifestyle contemporaneo anticiperà di un giorno tutte le edizioni.

Si svolgerà quindi a febbraio da giovedì 22 a domenica 25, a settembre da giovedì 19 a domenica 22 e a giugno, con il format White Resort, da sabato 15 a lunedì 17.

**Massimiliano Bizzi** e **Simona Severini** (rispettivamente fondatore e general manager di White) sono convinti che il cambiamento favorirà l'operatività degli addetti ai lavori e la pianificazione dei loro appuntamenti. «Fin dagli esordi - spiegano - White si è distinto per l'originalità delle sue proposte e la capacità di far evolvere in modo virtuoso i propri format, assecondando le esigenze degli espositori e quelle del mercato e restando fedele ai propri standard qualitativi». «Questo - si legge in un comunicato - è un ulteriore passo che delinea la volontà del salone di rimanere un polo di riferimento della moda milanese».

La nota sottolinea il successo delle ultime due edizioni, «che ha riportato **M.Seventy** e White ai livelli pre-Covid». La strategia è continuare a concentrarsi sullo scouting nazionale e internazionale, puntando i riflettori sulle aziende italiane più attrattive e rafforzando **Expo White**, progetto dedicato a designer, brand e compratori provenienti da Paesi che appartengono a una geografia non convenzionale della moda. I confini della ricerca di White si ampliano in direzione di Middle East, nazioni emergenti tra cui quelle dell'America Latina e Asia Centrale, con un focus di nuovo consistente su Cina e Corea.

«Siamo molto soddisfatti dell'interesse forte che il salone continua a suscitare dopo oltre 20 anni di presenza sul mercato B2B della moda - sottolinea **Brenda Bellei**, ceo della rassegna e di M.Seventy -. Il consolidamento della nostra realtà in Europa testimonia che la strategia di curatela e selezione hanno premiato gli sforzi che abbiamo fatto per interpretare i cambiamenti e le esigenze di un settore in evoluzione». «Abbiamo aggiunto un new title al nostro marchio, contraddistinguendo White con *Sign of The Times* - prosegue - al fine di evidenziare di edizione in edizione che i nostri format sono sempre al passo con i tempi».



Nei prossimi giorni sarà realizzata la campagna fotografica per l'edizione di febbraio 2024 di **White**, che verrà presentata durante la prossima conferenza stampa. Intanto il nuovo format **White Resort** sulle proposte di ricerca per la vacanza e il lifestyle, il beachwear e l'abbigliamento fuori acqua raddoppia i suoi numeri: dal 15 al 17 giugno 2024 passerà da 60 a 120 aziende, svolgendosi al Superstudio di via Tortona 27.

Rinnovati i progetti di patrocinio di **Comune di Milano** e **Regione Lombardia**, mentre continua a dare il proprio supporto a **White** il **Maeci (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)** tramite **Ice Agenzia** per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese, garantendo grazie alla partnership con **Confartigianato Imprese** il sostegno alle attività di promozione internazionale. Alla luce di tutto ciò, informano da **White**, aumentano stagione dopo stagione in percentuale i buyer e i giornalisti provenienti dall'estero.

Tutte e tre le edizioni saranno accompagnate dal **White Village** che, lanciato nel settembre scorso, fa coesistere divertimento e networking, riprendendo i temi chiave di Wsm- **White Sustainable Milano**.



# White Show presenta al Mudec "The Couture Code - l'impatto dell'AI sull'industria della moda"

**Autore:** Redazione  
h 16.31 - 20/09/2023



*L'iniziativa è organizzata da Digital Events con la collaborazione di Imaginars*

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel Tortona Fashion District si svolgerà **White Milano**, vetrina internazionale dedicata alla scena fashion globale dedicata a collezioni preta-porter. Nell'ambito della manifestazione si terrà il **White Village**, il primo dopo salone che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target e che si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico. In particolare, negli spazi del Mudec, in Via Tortona 56 a Milano, **venerdì, dalle ore 16.30 alle ore 19**, si terrà il convegno "**The Couture Code - L'impatto dell'AI sull'industria della moda**" darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili. Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di **Massimiliano Bizzi**, presidente di **White Show**, che concluderà anche i lavori, **Fabio Tamburini**, ceo di **Albini Group**, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech **Demircan Erdogan**, Customer Engagement Director di **Mesmerise**, si occuperà di customers best practice. **Matteo Nisi**, Chief Technology Officer **Merkle**, e **Dan Donovan**, Chief Technology Officer **Mesmerise**, si confronteranno nella tavola rotonda "**Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts**". Il convegno è organizzato da **Digital Events** in collaborazione con **Imaginars** di **Pepe Moder**, anche nelle vesti di moderatore. Per l'occasione **Pietro Cerretani**, **Managing Partner** di **Digital**





[Events](#) dichiara: "Siamo felici di poter collaborare all'organizzazione di un'iniziativa di così grande interesse, impatto e attrattività. Un'opportunità per la nostra azienda sempre più orientata alla divulgazione della trasformazione digitale nel nostro Paese". "Questi momenti di confronto, di fronte a una nuova discontinuità quale è l'intelligenza artificiale - commenta **Pepe Moder, Founder e Partner di Imaginars** e moderatore della conferenza - servono alle aziende a maturare la conoscenza della portata del cambiamento. Il cartellone di Couture Code fornirà un contributo di significativo rilievo alla comprensione del fenomeno". Per iscriversi alla conferenza visitare la pagina [The Couture Code](#).







Impresa

ore 11.07 - 20/09/2023

# L'impatto dell'AI sull'industria della Moda? Se ne parla il 22 settembre a Milano

di **Redazione PrimaOnline**  
Condividi

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel Tortona Fashion District si svolgerà **WHITE** Milano, vetrina internazionale sulla scena fashion globale dedicata a collezioni pret-a-porter.

Nell'ambito della manifestazione si terrà il **WHITE** Village, il primo "dopo salone" che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target. Si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico.

In particolare, negli spazi del MUDEC in Via Tortona 56 a Milano, venerdì 22 settembre dalle ore 16.30 alle ore 19 il convegno "The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda" darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili.





Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di Massimiliano Bizzi, presidente di White Show, che concluderà anche i lavori, Fabio Tamburini, ceo di Albin Group, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech Demircan Erdogan, Customer Engagement Director di Mesmerise, si occuperà di customers best practice. Matteo Nisi, Chief Technology Officer Merkle, e Dan Donovan, Chief Technology Officer Mesmerise, si confronteranno nella tavola rotonda "Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts". Questi alcuni dei tanti nomi di prestigio non solo del mondo dell'impresa e dei servizi che si presenteranno e confronteranno su argomenti chiave.

Il convegno è organizzato da Digital Events in collaborazione con Imaginars di Pepe Moder, anche nelle vesti di moderatore. Per iscriversi: <https://www.eventbrite.it/e/biglietti-the-couture-code-718528587347>

Per l'occasione Pietro Cerretani, Managing Partner di Digital Events dichiara "siamo felici di poter collaborare all'organizzazione di un'iniziativa di così grande interesse, impatto e attrattività. Un'opportunità per la nostra azienda sempre più orientata alla divulgazione della trasformazione digitale nel nostro Paese".

"Questi momenti di confronto di fronte ad una nuova discontinuità quale è l'intelligenza artificiale, - commenta Pepe Moder, Founder e Partner di Imaginars e moderatore della conferenza - servono alle aziende a maturare la conoscenza della portata del cambiamento. Lo straordinario cartellone di Couture Code fornirà un contributo di significativo rilievo alla comprensione del fenomeno."



# Milano Fashion Week, White Show inaugura al Mudec la conferenza 'The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda'

19 Settembre 2023



Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel **Tortona Fashion District** si svolgerà WHITE Milano, vetrina internazionale sulla scena fashion globale dedicata a collezioni pret-a-porter.

Nell'ambito della manifestazione si terrà il WHITE Village, il primo 'dopo salone' che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target. Si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico.

In particolare, negli spazi del MUDEC in Via Tortona 56 a Milano, venerdì 22 settembre dalle ore 16.30 alle ore 19 il convegno '**The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda**' darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili.

Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di Massimiliano Bizzi, presidente di White Show, che concluderà anche i lavori, **Fabio Tamburini**, CEO di **Albini Group**, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech **Demircan Erdogan**, Customer Engagement Director di **Mesmerise**, si occuperà di customers best practice. **Matteo Nisi**, Chief Technology Officer **Merkle**, e **Dan Donovan**, Chief Technology Officer **Mesmerise**, si confronteranno nella tavola rotonda '**Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts**'. Questi alcuni dei tanti nomi di prestigio non solo del mondo dell'impresa e dei servizi che si presenteranno e confronteranno su argomenti chiave.

Il convegno è organizzato da **Digital Events** in collaborazione con **Imaginars** di Pepe Moder, anche nelle vesti di moderatore.



## **WHITE recorded a constant number of visitors compared to September 2022**

taketonewsSeptember 30, 2023September 30, 2023 **WHITE**

/u>-recorded-a-constant-number-of-visitors-compared-to-September-980x400.jpeg" alt="" decoding="async" fetchpriority="high" id="1eb02d36">

, with a 5% increase in foreign buyers, thanks to the strategy and growth of the EXPO **WHITE** project. **WHITE** VILLAGE, the first Dopo event in partnership with MTV, was very well received by the audience.

One of the most intense and dynamic editions of **WHITE** has just ended, with a multitude of novelties enriching the program from September 22nd to 25th. It was organized under the auspices of the Region of Lombardy and the City of Milan and supported by the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI), ICE – the agency for the promotion of Italian companies abroad and in partnership with Confartigianato Imprese.

Image: **WHITE** Milano

From September 22nd to 25th, industry professionals and the urban public flocked to the premises in the Tortona fashion district to discover the latest trends for the Spring-Summer 2024 season. **WHITE** confirmed its position as a leading international platform and showcase for new trends, attracting numerous buyers, press representatives and professionals from all over the world. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian, 50% foreign).

**WHITE** -recorded-a-constant-number-of-visitors-compared-to-September.jpeg"

alt="Image: **WHITE** Milano" title="Image: **WHITE** Milano" id="728f9279">

Image: **WHITE** Milano

The number of buyers from France, the USA and the Middle East increased significantly, and China, Japan and Korea were also well represented. Buyers included 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew (CANADA), Harvey Nichols Doha (Qatar), Galeries Lafayette Dubai (UAE), Level Shoes (UAE), Chalhoub Group (UAE) and from Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4 and Pattern.

“We experienced an exceptional fashion week in which Milan was full of industry insiders. This highlights how important fashion is to the city, with visitors from all over the world. **WHITE**’s numbers make a significant contribution to achieving this result. Among the participants of this edition, as in February, there was a significant increase in foreign participants, which shows that **WHITE**’s long-standing strategy is bearing fruit,” said **Massimiliano Bizzi**, founder of **WHITE**.

The Secret Rooms project continued its successful format with five special rooms in which young international talent presented their latest collections. A selection of ten Spanish designers also took part in the fair, thanks to the collaboration with ICEX España Exportación e Inversiones.

**WHITE**’s vision is to expand and break down barriers by promoting fluid communication between the market and creative realities from around the world through EXPO **WHITE**. Designers and brands that do not belong to the traditional fashion sectors presented their fashion visions at the fair.

In the Visconti Pavilion, EXPO **WHITE** hosted the Saudi 100 Brands project, a Fashion Commission program to promote fashion designers from Saudi Arabia. On the evening

of September 20th, the designers' collections were presented in a fashion show at the Palazzo Serbelloni, accompanied by the dancers of the Teatro alla Scala in Milan. From September 19th to 28th, a selection of Saudi brands were presented at the pop-up shop at the famous luxury concept 10 Corso Como. Right after the first edition of Yerevan Fashion Week, which took place earlier this summer, a group of Armenian brands presented their collections at **WHITE**. Fashion Firm SA introduced ten South African designers and supported their entry into new markets.

**WHITE** -recorded-a-constant-number-of-visitors-compared-to-September.jpeg" alt="Image: **WHITE** Milano" title="Image: **WHITE** Milano" id="14e5c02f">

Image: **WHITE** Milano

The lounge area was dedicated to a collaboration between **WHITE** and Scale7, the first fashion and design incubator launched by Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. Avant-garde brands that stand out from the mainstream and have a clearly defined brand identity were presented in the basement, while established names refreshed their presence in the lofts.

From September 22nd to 24th, the Tortona fashion district was enlivened in the evenings by the first edition of **WHITE** VILLAGE, the first standalone event during Milan Fashion Week. It was a popular success and received a positive response because, thanks to the valuable cooperation with extraordinary partners, it harmoniously combined fashion, music, food and drink with the city. Venues involved included Superstudio Garden with a DJ set supported by MTV Italia, **White** Bistrò at PHYD and The Botanical Club. Thanks to the collaboration with Insula Sardina Quality World, the promotional network of the Department of Tourism, Crafts and Commerce of the Sardinia Region, tastings and themed aperitifs were offered at the **White** Casa and the **White** Bistrò.

Also in the MUDEC auditorium was the program "The Couture Code: The Impact of AI on the Fashion Industry", attended by numerous partners, including the Albini Group, a renowned Italian textile company, and Mesmerise, a leading artificial intelligence company 2016, participated.

**WHITE** once again underlined its commitment to excellence, research, innovation, established and new fashion trends and sustainability. **WHITE** can attract a diverse audience from the industry while guaranteeing the participating brands and all partners the well-deserved attention.





# WHITE a maintenu une fréquentation constante par rapport à septembre 2022

## événements

*Crédits: WHITE Milano*

WHITE a enregistré un nombre de visiteurs constant par rapport à septembre 2022, marquant une augmentation de 5 % des acheteurs étrangers, fruit de la stratégie et de la croissance du projet EXPO WHITE. WHITE VILLAGE, le premier événement dopo-salone réalisé en partenariat avec MTV, a remporté un grand succès auprès du public.

L'une des éditions les plus vibrantes et dynamiques de WHITE vient de se conclure, riche en nouveautés qui ont animé le programme du 22 au 25 septembre. L'événement, parrainé par la région de Lombardie et la municipalité de Milan, a bénéficié du soutien du ministère des Affaires étrangères et de la Coopération internationale (MAECI), de l'ICE - Agence pour la promotion à l'étranger et l'internationalisation des entreprises italiennes et en collaboration avec Confartigianato Imprese.

*Crédits: WHITE Milano*

Du vendredi 22 au lundi 25 septembre, les espaces du **Tortona** Fashion District ont rassemblé des professionnels du secteur et le public de la ville, tous à la recherche des dernières tendances pour la saison Printemps-Été 2024. Cet événement s'affirme comme l'un des plus pertinents et dynamiques de la Semaine de la mode de Milan, attirant, depuis sa création, de nombreux acheteurs, journalistes et professionnels de l'industrie du monde entier. WHITE consolide sa position en tant que plateforme internationale de référence pour les entreprises de mode féminine et vitrine des nouvelles tendances. Plus de 360 marques ont été représentées, dans un équilibre parfait entre entreprises italiennes et étrangères (50 % italiennes et 50 % étrangères).

*Crédits: WHITE Milano*

Le nombre d'acheteurs en provenance de France, des États-Unis et du Moyen-Orient a significativement augmenté, et la présence de la Chine, du Japon et de la Corée a été particulièrement marquée. Parmi les acheteurs, on compte 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew (CANADA), Harvey Nichols Doha (Qatar), Galeries Lafayette Dubaï (EAU), Level Shoes (EAU), Chalhoub Group (EAU), et en Arabie Saoudite Westerly, Rubaiyat, Chapter4, et Pattern.

<>, a déclaré **Massimiliano Bizzi**, fondateur de WHITE.

Le projet Secret Rooms a renouvelé son format à succès, proposant cinq espaces distincts où des talents internationaux émergents ont révélé leurs dernières collections. Une sélection de dix designers espagnols a également participé au salon, grâce à la collaboration avec ICEX España Exportación e Inversiones, entamée en septembre 2017 et toujours en cours.

La vision de WHITE aspire à l'expansion et à l'abolition des barrières, favorisant une communication fluide entre le marché et les diverses entités créatives du monde entier grâce à EXPO WHITE. Des designers et des marques de pays hors des circuits conventionnels de la mode se sont rassemblés au salon pour exposer leurs visions de la mode.

Au pavillon Visconti, EXPO WHITE a accueilli le projet Saudi 100 Brands, initiative de la Commission de la mode destinée à promouvoir les créateurs de mode d'Arabie saoudite.



Le 20 septembre au soir, au Palazzo Serbelloni, les collections des créateurs ont été dévoilées lors d'un défilé de mode, accompagné par les danseurs du Teatro alla Scala de Milan. Du 19 au 28 septembre, une sélection de marques saoudiennes a été exposée dans la boutique éphémère du célèbre concept store de luxe 10 Corso Como. Suite directe à la première édition de la semaine de la mode d'Erevan tenue plus tôt cet été, un groupe de marques arméniennes a présenté ses collections à WHITE. Fashion Firm SA a introduit dix créateurs sud-africains, facilitant leur accès à de nouveaux marchés.

*Crédits: WHITE Milano*

L'espace Lounge a été consacré à la collaboration entre WHITE et Scale7, le premier incubateur d'entreprises dédié à la mode et au design, créé par la Qatar Development Bank (QDB) en collaboration avec M7. Au sous-sol, des marques d'avant-garde, aux styles uniques et aux identités bien définies, ont été mises en avant, tandis que dans les lofts, des noms déjà bien établis ont marqué de nouveau leur présence.

Du 22 au 24 septembre au soir, le **Tortona** Fashion District a vibré au rythme de la première édition de WHITE VILLAGE, le premier événement dopo-salone organisé durant la Semaine de la mode de Milan. L'événement, rencontrant un franc succès auprès du public et recevant des critiques élogieuses, a su mélanger la mode, la musique, la gastronomie et les boissons, et la ville, grâce à des collaborations de choix avec des partenaires exceptionnels. Les lieux impliqués comprenaient le jardin de Superstudio animé par un DJ set de MTV Italia, White Bistrò à PHYD et The Botanical Club. Des dégustations et des apéritifs thématiques ont été proposés à White Casa et White Bistrot, en collaboration avec Insula Sardina Quality World, le réseau de promotion du département du tourisme, de l'artisanat et du commerce de la région de Sardaigne.

L'auditorium du MUDEC a également attiré de nombreux visiteurs pour le programme « Le Code de la Couture : L'Impact de l'IA sur l'Industrie de la Mode » qui a bénéficié de la participation de nombreux partenaires, dont Albini Group, une importante entreprise textile italienne, et Mesmerise, une entreprise leader en intelligence artificielle fondée en 2016.

WHITE a, une fois de plus, renforcé son association avec l'excellence, la recherche, l'innovation, les tendances établies et émergentes de la mode, et la durabilité, attirant un public varié de l'industrie et offrant une visibilité méritée aux marques participantes ainsi qu'à tous ses partenaires.





## White: buyer esteri in aumento del 5 per cento

Scritto da [Isabella Naef](#)

26 set 2023



### FIERE

L'ingresso di [White](#), in via Tortona *Credits: White*

Buyer esteri in crescita del 5 per cento a [White](#), kermesse che è andata in scena in zona Tortona, da 22 al 25 settembre. Organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale Maeci, di Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e in partnership con Confartigianato Imprese, il salone ha ospitato 360 brand con un equilibrio tra aziende italiane e estere (50 per cento italiane e 50 per cento estere).

### In crescita i buyer in arrivo da Francia, Usa, Middle East

"Consistente incremento di buyer da Francia, Usa, Middle East. Ritorna la forte presenza di Cina, Giappone e Corea. Tra i compratori possiamo citare: 24s.com (Francia), Samaritaine (Francia), Lost&Found (Usa), Neiman Marcus (Usa), Holt Renfrew (Canada), Harvey Nichols Doha (Qatar), Galeries Lafayette Dubai (Uae), Level Shoes (Uae), Chaloub Group (Uae), dal Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4 e Pattern", hanno sottolineato, gli organizzatori, in una nota. "Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. [White](#) contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a Febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da [White](#) sta raccogliendo i suoi frutti", ha affermato [Massimiliano Bizzi](#) fondatore di [White](#).







Il salone *Credits: White*

Al salone era presente anche una selezione di dieci designer spagnoli che hanno partecipato grazie alla collaborazione con Icx España Exportación e Inversiones iniziata nel settembre 2017 e che continua tutt'oggi.

Presso il padiglione Visconti, Expo White ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands. Nella serata del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, le collezioni dei designer sono state protagoniste di una sfilata accompagnata dall'esibizione dei ballerini del Teatro alla Scala di Milano. Dal 19 al 28 settembre, una selezione di brand sauditi è ospiti del pop-up presso il luxury concept store 10 Corso Como.

Dal 22 al 24 settembre in orario serale, il Tortona fashion district è stato animato dalla prima edizione del White Village, il primo dopo salone organizzato durante la Milano fashion week. Le location coinvolte sono state il giardino di Superstudio con la presenza di una postazione dj set powered by Mtv Italia, White Bistrò presso Phyd e il The Botanical club.





Lo stand Pansters dell'edizione appena conclusa Credits: *White*





## WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project

WHITE VILLAGE, the first dopo-salone event in partnership with MTV, was a great success with the public. MILLAN, Sept. 27, 2023 /PRNewswire/ -- One of the most intense and dynamic editions of WHITE has just concluded, brimming with novelties that filled the schedule from September 22 to 25 . Organized with the patronage of the Lombardy Region and the Municipality of Milan , with the support of the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI), ICE - Agency for the Promotion of Italian Companies Abroad , and in partnership with Confartigianato Imprese

From Friday, September 22 to Monday, September 25 , the spaces in the Tortona Fashion District were populated by industry professionals and the city's public, all seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during Milan Fashion Week and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception. WHITE reaffirms its position as the leading international reference platform for women's fashion companies and a showcase for new trends. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian and 50% foreign).

There was a significant increase in buyers from France , the US, and the Middle East , and a strong presence from China Japan , and Korea. Among the buyers, we can mention 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew ( CANADA ), Harvey Nichols Doha ( Qatar ), Galeries Lafayette Dubai (UAE), Level Shoes (UAE), Chaloub Group (UAE), and from Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4, and Pattern

"We experienced an exceptional fashion week with Milan crowded with industry insiders. This demonstrates how important fashion is for the city, with attendees from all over the world. WHITE contributes significantly with its numbers to achieving this result. Among the attendees of this edition, as was the case in February, a distinct increase in foreign participants is evident, showcasing that WHITE's long-standing strategy is yielding results" said Massimiliano Bizzi , Founder of WHITE

The Secret Rooms project renewed its successful format, featuring five special spaces where international emerging talents unveiled their latest collections.

A selection of ten Spanish designers also participated to the show, thanks to the collaboration with ICEX España Exportación e Inversiones , which began in September 2017 and continues to this day.

WHITE's vision aims for expansion and breaking down barriers, promoting fluid communication between the market and creative realities from around the world through EXPO WHITE. Designers and brands from countries that belong outside the conventional fashion areas , gathered up at the show to present their fashion visions.

At the Visconti Pavilion, EXPO WHITE hosted the Saudi 100 Brands project , the Fashion Commission 's program that promotes fashion designers from Saudi Arabia . On

the evening of September 20 , at Palazzo Serbelloni, the collections of the designers were featured in a fashion show accompanied by the performance of the dancers from the Teatro alla Scala in Milan . From September 19 to 28 , a selection of Saudi brands were featured at the pop-up shop at the famous luxury concept store 10 Corso Como

Directly from the first edition of the Yerevan Fashion Week held earlier in the summer, a group of Armenian brands showcased their collections at WHITE.

Fashion Firm SA introduced ten South African designers , promoting their entry into new markets.

The Lounge space was dedicated to the collaboration between WHITE and Scale7 , the first fashion and design business incubator founded by the Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. In the Basement , avant-garde brands that diverge from mainstream styles and have well-defined brand identities were presented, while in the lofts, well- established names renewed their presence.

From September 22 to 24 in the evening, the **Tortona** Fashion District was animated by the first edition of WHITE VILLAGE , the first dopo-salone event organized during Milan Fashion Week.

There was also a significant turnout at the MUDEC auditorium for the program "The couture code: The impact of AI on the fashion industry," which saw the participation of numerous partners, including Albini Group , an important Italian textile company, and Mesmerise , a leading artificial intelligence company founded in 2016.

WHITE once again reaffirmed its association with excellence, research, innovation, both established and emerging fashion trends, and sustainability, capable of attracting a diverse industry audience while also ensuring well-deserved visibility for the brands participating and all of its partners.

Photo - <https://mma.prnewswire.com/media/2223078/WHITE.jpg>

View original content:

<https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/white-recorded-a-consistent-number-of-visitors-compared-to-september-2022-with-a-5-rise-in-foreign-buyers-thanks-to-the-strategy-and-growth-of-the-expo-white-project-301940320.html>





## **WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project**

From Friday, September 22 to Monday, September 25, the spaces in the Tortona Fashion District were populated by industry professionals and the city's public, all seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during Milan Fashion Week and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception.

**WHITE** reaffirms its position as the leading...

Milan, 27/09/2023

(  
informazione.it - comunicati stampa - moda

)

From **Friday, September 22 to Monday, September 25**, the spaces in the **Tortona Fashion District** were populated by industry professionals and the city's public, all seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during **Milan Fashion Week** and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception. **WHITE** reaffirms its position as the **leading international reference platform** for women's fashion companies and a showcase for new trends. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian and 50% foreign).

There was a significant increase in buyers from France, the US, and the Middle East, and a strong presence from China, Japan, and Korea. Among the buyers, we can mention **24s.com (FR)**, **Samaritaine (FR)**, **Lost&Found (US)**, **Neiman Marcus (US)**, **Holt Renfrew (CANADA)**, **Harvey Nichols Doha (Qatar)**, **Galleries Lafayette Dubai (UAE)**, **Level Shoes (UAE)**, **Chaloub Group (UAE)**, and from Saudi Arabia **Westerly, Rubaiyat, Chapter4, and Pattern**.

*"We experienced an exceptional fashion week with Milan crowded with industry insiders. This demonstrates how important fashion is for the city, with attendees from all over the world. **WHITE** contributes significantly with its numbers to achieving this result. Among the attendees of this edition, as was the case in February, a distinct increase in foreign participants is evident, showcasing that **WHITE**'s long-standing strategy is yielding results" said **Massimiliano Bizzi**, Founder of **WHITE**.*



The **Secret Rooms** project renewed its successful format, featuring five special spaces where international emerging talents unveiled their latest collections.

A selection of **ten Spanish designers** also participated to the show, thanks to the collaboration with **ICEX España Exportación e Inversiones**, which began in September 2017 and continues to this day.

**WHITE**'s vision aims for expansion and breaking down barriers, promoting **fluid communication** between the market and creative realities from around the world through EXPO **WHITE**. Designers and brands from countries that belong outside **the conventional fashion areas**, gathered up at the show to present their fashion visions.

At the Visconti Pavilion, EXPO **WHITE** hosted the **Saudi 100 Brands project**, the **Fashion Commission's** program that promotes fashion designers from **Saudi Arabia**. On the evening of September 20, at Palazzo Serbelloni, the collections of the designers were featured in a **fashion show** accompanied by the performance of the dancers from the Teatro alla Scala in Milan. From September **19 to 28**, a selection of Saudi brands were featured at the **pop-up shop** at the famous luxury concept store **10 Corso Como**.

**WHITE**.jpg" alt "**WHITE** recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO **WHITE** project" onerror "this.parentNode.style.display 'none' " src "https://mma.prnewswire.com/media/2223078/**WHITE**.jpg" id "53079ec"

Directly from the first edition of the **Yerevan Fashion Week** held earlier in the summer, a group of **Armenian brands** showcased their collections at **WHITE**.

**Fashion Firm SA** introduced **ten South African designers**, promoting their entry into new markets.

The **Lounge** space was dedicated to the collaboration between **WHITE** and **Scale7**, the first fashion and design business incubator founded by the Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. In the **Basement**, avant-garde brands that diverge from mainstream styles and have well-defined brand identities were presented, while in the lofts, well-established names renewed their presence.

From September 22 to 24 in the evening, the Tortona Fashion District was animated by the first edition of **WHITE VILLAGE**, the first dopo-salone event organized during Milan Fashion Week.

There was also a significant turnout at the **MUDEC** auditorium for the program "The couture code: The impact of AI on the fashion industry," which saw the participation of numerous partners, including **Albini Group**, an important Italian textile company, and **Mesmerise**, a leading artificial intelligence company founded in 2016.

**WHITE** once again reaffirmed its association with excellence, research, innovation, both established and emerging fashion trends, and sustainability, capable of attracting a diverse industry audience while also ensuring well-deserved visibility for the brands participating and all of its partners.

View original content:



<https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/white-recorded-a-consistent-number-of-visitors-compared-to-september-2022-with-a-5-rise-in-foreign-buyers-thanks-to-the-strategy-and-growth-of-the-expo-white-project-301940320.html>

<https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/white-recorded-a-consistent-number-of-visitors-compared-to-september-2022-with-a-5-rise-in-foreign-buyers-thanks-to-the-strategy-and-growth-of-the-expo-white-project-301940320.html>





## WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project



WHITE VILLAGE, the first dopo-salone event in partnership with MTV, was a great success with the public. **MILAN**, Sept. 27, 2023 /PRNewswire/ -- One of the most intense and dynamic editions of WHITE has just concluded, brimming with novelties that filled the schedule from September 22 to 25 . Organized with the patronage of the Lombardy Region and the Municipality of Milan , with the support of the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI), ICE - Agency for the Promotion of Italian Companies Abroad , and in partnership with Confartigianato Imprese

From Friday, September 22 to Monday, September 25 , the spaces in the **Tortona** Fashion District were populated by industry professionals and the city's public, all seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during Milan Fashion Week and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception. WHITE reaffirms its position as the leading international reference platform for women's fashion companies and a showcase for new trends. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian and 50% foreign).

There was a significant increase in buyers from France , the US, and the Middle East , and a strong presence from China Japan , and Korea. Among the buyers, we can mention 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew ( CANADA ), Harvey Nichols Doha ( Qatar ), Galeries Lafayette Dubai (UAE), Level Shoes (UAE), Chaloub Group (UAE), and from Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4, and Pattern

"We experienced an exceptional fashion week with Milan crowded with industry insiders. This demonstrates how important fashion is for the city, with attendees from all over the world. WHITE contributes significantly with its numbers to achieving this result. Among the attendees of this edition, as was the case in February, a distinct increase in foreign participants is evident, showcasing that WHITE's long-standing strategy is yielding results" said **Massimiliano Bizzi** , Founder of WHITE



The Secret Rooms project renewed its successful format, featuring five special spaces where international emerging talents unveiled their latest collections.

A selection of ten Spanish designers also participated to the show, thanks to the collaboration with ICEX España Exportación e Inversiones , which began in September 2017 and continues to this day.

WHITE's vision aims for expansion and breaking down barriers, promoting fluid communication between the market and creative realities from around the world through EXPO WHITE. Designers and brands from countries that belong outside the conventional fashion areas , gathered up at the show to present their fashion visions.

At the Visconti Pavilion, EXPO WHITE hosted the Saudi 100 Brands project , the Fashion Commission 's program that promotes fashion designers from Saudi Arabia . On the evening of September 20 , at Palazzo Serbelloni, the collections of the designers were featured in a fashion show accompanied by the performance of the dancers from the Teatro alla Scala in Milan . From September 19 to 28 , a selection of Saudi brands were featured at the pop-up shop at the famous luxury concept store 10 Corso Como

Directly from the first edition of the Yerevan Fashion Week held earlier in the summer, a group of Armenian brands showcased their collections at WHITE.

Fashion Firm SA introduced ten South African designers , promoting their entry into new markets.

The Lounge space was dedicated to the collaboration between WHITE and Scale7 , the first fashion and design business incubator founded by the Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. In the Basement , avant-garde brands that diverge from mainstream styles and have well-defined brand identities were presented, while in the lofts, well- established names renewed their presence.

From September 22 to 24 in the evening, the **Tortona** Fashion District was animated by the first edition of WHITE VILLAGE , the first dopo-salone event organized during Milan Fashion Week.

There was also a significant turnout at the MUDEC auditorium for the program "The couture code: The impact of AI on the fashion industry," which saw the participation of numerous partners, including Albini Group , an important Italian textile company, and Mesmerise , a leading artificial intelligence company founded in 2016.

WHITE once again reaffirmed its association with excellence, research, innovation, both established and emerging fashion trends, and sustainability, capable of attracting a diverse industry audience while also ensuring well-deserved visibility for the brands participating and all of its partners.

Photo - <https://mma.prnewswire.com/media/2223078/WHITE.jpg>

View original content:

<https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/white-recorded-a-consistent-number-of-visitors-compared-to-september-2022-with-a-5-rise-in-foreign-buyers-thanks-to-the-strategy-and-growth-of-the-expo-white-project-301940320.html>



## WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project

WHITE VILLAGE, the first dopo-salone event in partnership with MTV, was a great success with the public. MILLAN, Sept. 27, 2023 /PRNewswire/ -- One of the most intense and dynamic editions of WHITE has just concluded, brimming with novelties that filled the schedule from September 22 to 25 . Organized with the patronage of the Lombardy Region and the Municipality of Milan , with the support of the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI), ICE - Agency for the Promotion of Italian Companies Abroad , and in partnership with Confartigianato Imprese

From Friday, September 22 to Monday, September 25 , the spaces in the Tortona Fashion District were populated by industry professionals and the city's public, all seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during Milan Fashion Week and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception. WHITE reaffirms its position as the leading international reference platform for women's fashion companies and a showcase for new trends. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian and 50% foreign).

There was a significant increase in buyers from France , the US, and the Middle East , and a strong presence from China Japan , and Korea. Among the buyers, we can mention 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew ( CANADA ), Harvey Nichols Doha ( Qatar ), Galeries Lafayette Dubai (UAE), Level Shoes (UAE), Chaloub Group (UAE), and from Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4, and Pattern

"We experienced an exceptional fashion week with Milan crowded with industry insiders. This demonstrates how important fashion is for the city, with attendees from all over the world. WHITE contributes significantly with its numbers to achieving this result. Among the attendees of this edition, as was the case in February, a distinct increase in foreign participants is evident, showcasing that WHITE's long-standing strategy is yielding results" said Massimiliano Bizzi , Founder of WHITE

The Secret Rooms project renewed its successful format, featuring five special spaces where international emerging talents unveiled their latest collections.

A selection of ten Spanish designers also participated to the show, thanks to the collaboration with ICEX España Exportación e Inversiones , which began in September 2017 and continues to this day.

WHITE's vision aims for expansion and breaking down barriers, promoting fluid communication between the market and creative realities from around the world through EXPO WHITE. Designers and brands from countries that belong outside the conventional fashion areas , gathered up at the show to present their fashion visions.

At the Visconti Pavilion, EXPO WHITE hosted the Saudi 100 Brands project , the Fashion Commission 's program that promotes fashion designers from Saudi Arabia . On



the evening of September 20 , at Palazzo Serbelloni, the collections of the designers were featured in a fashion show accompanied by the performance of the dancers from the Teatro alla Scala in Milan . From September 19 to 28 , a selection of Saudi brands were featured at the pop-up shop at the famous luxury concept store 10 Corso Como

Directly from the first edition of the Yerevan Fashion Week held earlier in the summer, a group of Armenian brands showcased their collections at WHITE.

Fashion Firm SA introduced ten South African designers , promoting their entry into new markets.

The Lounge space was dedicated to the collaboration between WHITE and Scale7 , the first fashion and design business incubator founded by the Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. In the Basement , avant-garde brands that diverge from mainstream styles and have well-defined brand identities were presented, while in the lofts, well- established names renewed their presence.

From September 22 to 24 in the evening, the Tortona Fashion District was animated by the first edition of WHITE VILLAGE , the first dopo-salone event organized during Milan Fashion Week.

There was also a significant turnout at the MUDEC auditorium for the program "The couture code: The impact of AI on the fashion industry," which saw the participation of numerous partners, including Albini Group , an important Italian textile company, and Mesmerise , a leading artificial intelligence company founded in 2016.

WHITE once again reaffirmed its association with excellence, research, innovation, both established and emerging fashion trends, and sustainability, capable of attracting a diverse industry audience while also ensuring well-deserved visibility for the brands participating and all of its partners.

Photo - <https://mma.prnewswire.com/media/2223078/WHITE.jpg>

View original content:

<https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/white-recorded-a-consistent-number-of-visitors-compared-to-september-2022-with-a-5-rise-in-foreign-buyers-thanks-to-the-strategy-and-growth-of-the-expo-white-project-301940320.html>





## WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project



News provided by  
**WHITE**

27 Sep, 2023, 13:13 BST

**WHITE VILLAGE, the first dopo-salone event in partnership with MTV, was a great success with the public.**

MILLAN, Sept. 27, 2023 /PRNewswire/ -- One of the most intense and dynamic editions of **WHITE** has just concluded, brimming with novelties that filled the schedule from wswire/ -- One of the most intense and dynamic editions of **WHITE** has just concluded, brimming with novelties that filled the schedule from September 22 to 25. Organized with the patronage of the **Lombardy Region and the Municipality of Milan**, with the support of the **Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI)**, **ICE - Agency for the Promotion of Italian Companies Abroad**, and in partnership with **Confartigianato Imprese**.

WHITE recorded a consistent number of visitors compared to September 2022, with a 5% rise in foreign buyers thanks to the strategy and growth of the EXPO WHITE project. WHITE VILLAGE, the first dopo-salone event in partnership with MTV, was a great success with the public.

From **Friday, September 22 to Monday, September 25**, the spaces in the **Tortona Fashion District** were populated by industry professionals and the city's public, all

seeking the latest trends for the Spring- Summer 2024 season. It is one of the most relevant and dynamic events during **Milan Fashion Week** and has managed to attract numerous buyers, press, and industry professionals from around the world since its inception. WHITE reaffirms its position as the **leading international reference platform** for women's fashion companies and a showcase for new trends. Over 360 brands were presented, with a perfect balance between Italian and foreign companies (50% Italian and 50% foreign).

There was a significant increase in buyers from France, the US, and the Middle East, and a strong presence from China, Japan, and Korea. Among the buyers, we can mention **24s.com (FR)**, **Samaritaine (FR)**, **Lost&Found (US)**, **Neiman Marcus (US)**, **Holt Renfrew (CANADA)**, **Harvey Nichols Doha (Qatar)**, **Galleries Lafayette Dubai (UAE)**, **Level Shoes (UAE)**, **Chaloub Group (UAE)**, and from **Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4, and Pattern**.

*"We experienced an exceptional fashion week with Milan crowded with industry insiders. This demonstrates how important fashion is for the city, with attendees from all over the world. WHITE contributes significantly with its numbers to achieving this result. Among the attendees of this edition, as was the case in February, a distinct increase in foreign participants is evident, showcasing that WHITE's long-standing strategy is yielding results"* said **Massimiliano Bizzi, Founder of WHITE**.

The **Secret Rooms** project renewed its successful format, featuring five special spaces where international emerging talents unveiled their latest collections.

A selection of **ten Spanish designers** also participated to the show, thanks to the collaboration with **ICEX España Exportación e Inversiones**, which began in September 2017 and continues to this day.

WHITE's vision aims for expansion and breaking down barriers, promoting **fluid communication** between the market and creative realities from around the world through EXPO WHITE. Designers and brands from countries that belong outside **the conventional fashion areas**, gathered up at the show to present their fashion visions.

At the Visconti Pavilion, EXPO WHITE hosted the **Saudi 100 Brands project**, the **Fashion Commission's** program that promotes fashion designers from **Saudi Arabia**. On the evening of September 20, at Palazzo Serbelloni, the collections of the designers were featured in a **fashion show** accompanied by the performance of the dancers from the Teatro alla Scala in Milan. From September **19 to 28**, a selection of Saudi brands were featured at the **pop-up shop** at the famous luxury concept store **10 Corso Como**.

Directly from the first edition of the **Yerevan Fashion Week** held earlier in the summer, a group of **Armenian brands** showcased their collections at WHITE.

**Fashion Firm SA** introduced **ten South African designers**, promoting their entry into new markets.

The **Lounge** space was dedicated to the collaboration between WHITE and **Scale7**, the first fashion and design business incubator founded by the Qatar Development Bank (QDB) in collaboration with M7. In the **Basement**, avant-garde brands that diverge from

mainstream styles and have well-defined brand identities were presented, while in the lofts, well-established names renewed their presence.

From September 22 to 24 in the evening, the **Tortona** Fashion District was animated by the first edition of **WHITE VILLAGE**, the first dopo-salone event organized during Milan Fashion Week.

There was also a significant turnout at the **MUDEC** auditorium for the program "The couture code: The impact of AI on the fashion industry," which saw the participation of numerous partners, including **Albini Group**, an important Italian textile company, and **Mesmerise**, a leading artificial intelligence company founded in 2016.

WHITE once again reaffirmed its association with excellence, research, innovation, both established and emerging fashion trends, and sustainability, capable of attracting a diverse industry audience while also ensuring well-deserved visibility for the brands participating and all of its partners.

Photo - <https://mma.prnewswire.com/media/2223078/WHITE.jpg>

SOURCE WHITE





## White buyer esteri a +5%

HUB Style

/

White si c...

**White** si conclude registrando la presenza dei **buyer esteri a +5%**. La manifestazione chiude l'edizione di settembre con un numero di visitatori costante rispetto a quello dell'edizione di settembre 2022. Consistente incremento di buyer da Francia, Usa, Medio Oriente e ritorno degli asiatici. In salita i buyer stranieri, che hanno trainato e l'edizione di **White**. Con un consistente incremento di buyer da Francia, Usa e Medio Oriente. Gli organizzatori hanno anche segnato il ritorno di una forte presenza da Cina, Giappone e Corea.



La manifestazione, vetrina internazionale sulla scena del fashion, è stata organizzata in collaborazione con il patrocinio di **Regione Lombardia** e del **Comune di Milano**, con il

supporto del **Ministero degli Affari Esteri** e della **Cooperazione Internazionale (MAECI)**, di Ice, **Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e in partnership con **Confartigianato Imprese**.

**White** : la presenza dei buyer esteri a +5%

*"Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. **White** contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta raccogliendo i suoi frutti"* ha detto **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White**.

Dal 22 al 25 settembre gli spazi dell'area Tortona si sono popolati di addetti ai lavori e di un pubblico curioso, confermandosi come piattaforma internazionale leader di riferimento per le aziende di moda donna.

Rinnovato il successo delle Secret Rooms, cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione hanno proposto le loro nuove collezioni. Presente al salone di womenswear anche una selezione di dieci designer spagnoli in collaborazione con Icx España Exportación e Inversiones.



Presso il Padiglione Visconti, Expo **White** ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita. Le collezioni dei designer hanno sfilato in passerella la sera del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, mentre dal 19 al 28 settembre una selezione di brand sauditi è ospite di un pop-up dedicato presso il luxury concept store 10 Corso Como.

Direttamente dalla prima edizione della Yerevan Fashion Week tenutasi ad inizio estate, è giunto a **White** un gruppo di brand provenienti dall'Armenia.





Questa edizione ha visto anche il debutto del **White** Village, il primo dopo salone organizzato durante la Milano Fashion Week, dal 22 al 24 settembre, in orario serale. Le location coinvolte sono state: il giardino di Superstudio con la presenza di una postazione DJ set powered by MTV Italia, **White** Bistrò presso PHYD e il The Botanical Club.

Grande affluenza, infine, presso l'auditorium del Mudec per il palinsesto "The couture code. L'impatto dell'AI sull'industria della moda" che ha visto la partecipazione di numerosi partner tra i quali Albin Group, importante azienda tessile italiana. E Mesmerise azienda leader nel settore dell'intelligenza artificiale fondata nel 2016.

E si è confermato sinonimo di qualità, di ricerca, di innovazione, di tendenze moda established ed emergente, di sostenibilità. In grado di attirare il grande pubblico del settore e dare la meritata visibilità ai brand partecipanti e a tutti i suoi partner.

*di Valeria Oneto*





# MODA, ASSESSORE MAZZALI: A WHITE IN MOSTRA 40 ECCELLENZE LOMBARDE

• ITALIA

da  
Direttore

-  
26 Settembre 2023

1



PRESENTATA A PALAZZO REALE LA NUOVA EDIZIONE DEL TRADE SHOW IN PROGRAMMA DAL 22 AL 25 SETTEMBRE

Milano, 05 set) La moda italiana non è fatta solo di grandi marchi, ma anche di tante piccole e medie aziende artigiane che, con la loro sapienza e cura del dettaglio, fanno grande il Made in Italy nel mondo. Lo ha ribadito Barbara Mazzali, assessore a Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia, nel corso del suo intervento alla conferenza stampa di presentazione di White, oggi a Palazzo Reale di Milano. La nuova edizione del 'content show' dedicato ai nuovi trend donna prêt-à-porter della stagione primavera-estate 2024, intitolata quest'anno 'White' Show-Sign of the Times', è in programma da venerdì 22 a lunedì 25 settembre nell'ambito della Milano Fashion week, negli spazi diffusi del Tortona Fashion District.

SPINA DORSALE DEL MADE IN ITALY – “Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del nostro Made in Italy”, ha dichiarato Mazzali, ringraziando l'ideatore di 'White', **Massimiliano Bizzi**, “per il grande lavoro di ricerca per costruire ogni edizione”. “Dal palcoscenico di 'White' infatti – ha proseguito l'assessore – sono partiti moltissimi brand sconosciuti, che, grazie a questa vetrina, hanno raggiunto l'Olimpo della moda”.

AZIENDE LOMBARDE IN VETRINA – “Tra pochi giorni White accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion che, insieme a 350 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore”, ha ricordato Mazzali. “Novità di questa edizione – ha aggiunto – il 'White' Village', un vero 'Fuori salone'



che ospiterà conferenze, panel, workshop e tante attività che sveleranno il magico ma duro lavoro 'dietro le quinte' della moda".

PUNTO DI RIFERIMENTO PER BUYER INTERNAZIONALI – Nato da un'idea di **Massimiliano Bizzi, White** da oltre un ventennio rappresenta una vetrina internazionale dedicata a collezioni prêt-à-porter di marchi italiani e internazionali, selezionati attraverso un meticoloso lavoro di ricerca. Si tratta di uno degli eventi dei più rilevanti e dinamici durante le Milano Fashion Week, in grado di attirare numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo.

Anche in questa edizione il Dna di **White** Show sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come piattaforma di riferimento per la ricerca stilistica e vetrina delle nuove tendenze presentando in anteprima le collezioni di oltre 350 brand.

Digitalizzazione, nuove tecnologie, innovazione responsabile, progettazione sostenibile e intelligenza artificiale, ma anche installazioni, attivazioni digitali, cocktail event con Dj set, saranno invece i temi e le attrazioni che animeranno il '**White** Village', evento 'fuori salone' di **White**.

I NUMERI – Le Settimane della Moda Milanese possono vantare più di 92 miliardi di euro di entrate e 80 miliardi di valore export. **White** si posiziona all'interno di un forte ecosistema composto da più di 12.000 aziende della moda e quasi 90.000 operatori del fashion che partecipano ogni anno alla Milano Fashion Week.





## White : buyer esteri in aumento (+5%)

26 Settembre 2023

### **Publicato il**

26 set 2023

### **Tempo di lettura**

2 minuti

### **Dimensione del testo**

aA+ aA-

### **Publicato il**

26 set 2023

White chiude con buyer esteri in aumento del +5% e visitatori in linea con l'edizione di settembre 2022. Boom di compratori da Francia, Usa e Middle East al salone meneghino di ricerca, organizzato negli spazi diffusi del Tortona Fashion District dal 22 al 25 settembre scorsi.

Uno scatto dei padiglioni di White

Alla kermesse, che ha ospitato oltre 360 brand di cui il 50% italiani e il 50% esteri, ritorna la forte presenza di Cina, Giappone e Corea. Tra i buyer ad aver visitato la fiera spiccano Samaritaine, Neiman Marcus, Harvey Nichols Doha, Galeries Lafayette Dubai, Chaloub Group, Rubaiyat e Chapter4.

White è organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, il supporto del ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale e di Ice. "Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il mondo. White contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da White sta raccogliendo i suoi frutti", afferma il founder di White, Massimiliano Bizzi.

Rinnovato il successo delle Secret Rooms, cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione hanno proposto le loro nuove collezioni. Presente al salone di womenswear anche una selezione di dieci designer spagnoli in collaborazione con Icx España Exportación e Inversiones.

Presso il Padiglione Visconti, Expo White ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita. Le collezioni dei designer hanno sfilato in passerella la sera del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, mentre dal 19 al 28 settembre una selezione di brand sauditi è ospite di un pop-up dedicato presso il luxury concept store 10 Corso Como.

Uno stand a White



Anche l'Armania firma la presenza al salone con un gruppo di brand proveniente dalla prima edizione della Yerevan Fashion Week tenutasi ad inizio estate. La Fashion Firm SA, invece, ha portato a **White** dieci designer sudafricani, favorendo la loro apertura a nuovi mercati.

Questa edizione ha visto anche il debutto del **White** Village, il primo dopo salone organizzato durante la Milano Fashion Week, dal 22 al 24 settembre, in orario serale. Le location coinvolte sono state: il giardino di Superstudio con la presenza di una postazione DJ set powered by MTV Italia, **White** Bistrò presso PHYD e il The Botanical Club.

Grande affluenza, infine, presso l'auditorium del Mudec per il palinsesto "The couture code. L'impatto dell'AI sull'industria della moda" che ha visto la partecipazione di numerosi partner tra i quali Albini Group, importante azienda tessile italiana, e Mesmerise azienda leader nel settore dell'intelligenza artificiale fondata nel 2016.

Copyright © 2023 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.

Fonte : Fashion Network





## White : buyer esteri in aumento (+5%)

### **Publicato il**

26 set 2023

White White chiude con buyer esteri in aumento del +5% e visitatori in linea con l'edizione di settembre 2022. Boom di compratori da Francia, Usa e Middle East al salone meneghino di ricerca, organizzato negli spazi diffusi del Tortona Fashion District dal 22 al 25 settembre scorsi.

Uno scatto dei padiglioni di White

Alla kermesse, che ha ospitato oltre 360 brand di cui il 50% italiani e il 50% esteri, ritorna la forte presenza di Cina, Giappone e Corea. Tra i buyer ad aver visitato la fiera spiccano Samaritaine, Neiman Marcus, Harvey Nichols Doha, Galeries Lafayette Dubai, Chaloub Group, Rubaiyat e Chapter4.

White è organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, il supporto del ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale e di Ice. "Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il mondo. White contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da White sta raccogliendo i suoi frutti", afferma il founder di White, Massimiliano Bizzi **Massimiliano Bizzi**.

Rinnovato il successo delle Secret Rooms, cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione hanno proposto le loro nuove collezioni. Presente al salone di womenswear anche una selezione di dieci designer spagnoli in collaborazione con Icx España Exportación e Inversiones.

Presso il Padiglione Visconti, Expo White ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita. Le collezioni dei designer hanno sfilato in passerella la sera del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, mentre dal 19 al 28 settembre una selezione di brand sauditi è ospite di un pop-up dedicato presso il luxury concept store 10 Corso Como.

Uno stand a White

Anche l'Armania firma la presenza al salone con un gruppo di brand proveniente dalla prima edizione della Yerevan Fashion Week tenutasi ad inizio estate. La Fashion Firm SA, invece, ha portato a White dieci designer sudafricani, favorendo la loro apertura a nuovi mercati.

Questa edizione ha visto anche il debutto del White Village, il primo dopo salone organizzato durante la Milano Fashion Week, dal 22 al 24 settembre, in orario serale. Le location coinvolte sono state: il giardino di Superstudio con la presenza di una postazione DJ set powered by MTV Italia, White Bistrò presso PHYD e il The Botanical



Club.

Grande affluenza, infine, presso l'auditorium del Mudec per il palinsesto "The couture code. L'impatto dell'AI sull'industria della moda" che ha visto la partecipazione di numerosi partner tra i quali Albin Group, importante azienda tessile italiana, e Mesmerise azienda leader nel settore dell'intelligenza artificiale fondata nel 2016.

Copyright © 2023 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.





## **White , i buyer esteri a +5% trainano un'edizione stabile**

Sono i buyer stranieri, in salita del 5% rispetto a settembre 2022, a trainare l'edizione di **White** che si è conclusa lunedì 24 settembre. Un'edizione che ha registrato visitatori costanti rispetto a settembre 2022 e un consistente incremento di buyer da Francia, Usa e Medio Oriente. Gli organizzatori hanno anche segnato il ritorno di una forte presenza da Cina, Giappone e Corea.

«Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. **White** contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta raccogliendo i suoi frutti» ha detto **Massimiliano Bizzi** Fondatore di **White**.

Oltre al coinvolgimento dei milanesi (e dei turisti) negli eventi del **White** Village, format di "doposalone" pensato per ampliare il pubblico della manifestazione, **White** ha puntato molto sui designer stranieri attraverso il progetto Expo **White** che ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, il programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita. Nella serata del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, le collezioni dei designer sono state protagoniste di una sfilata accompagnata dall'esibizione dei ballerini del Teatro alla Scala di Milano. Fino al 28 settembre una selezione di brand sauditi è ospiti del pop-up presso 10 Corso Como. Direttamente dalla prima edizione della Yerevan Fashion Week, invece, è giunto a **White** un gruppo di brand provenienti dall'Armenia e la Fashion Firm SA ha presentato dieci designer sudafricani. Infine, lo spazio Lounge è stata la location dedicata alla collaborazione tra **WHITE** e Scale7, il primo incubatore di imprese moda e design fondato dalla Qatar Development Bank (QDB) in collaborazione con M7.

Fonte: **Il Sole 24 Ore**







## White , i buyer esteri a +5% trainano un'edizione stabile



ServizioFIERE

La manifestazione chiude l'edizione di settembre con un numero di visitatori costante rispetto a quello dell'edizione di settembre 2022. Consistente incremento di buyer da Francia, Usa, Medio Oriente e ritorno degli asiatici

di Redazione Moda

26 settembre 2023

WHITE

tembre 2023

WHITE

%20SETTEMBRE%2023-kRCG--1020x533@IlSole24Ore-Web.jpeg?r=1300x682" alt="" width="1300" height="682" id="e62f8dd">

2' di lettura

Sono i buyer stranieri, in salita del 5% rispetto a settembre 2022, a trainare l'edizione di White che si è conclusa lunedì 24 settembre. Un'edizione che ha registrato visitatori costanti rispetto a settembre 2022 e un consistente incremento di buyer da Francia, Usa e Medio Oriente. Gli organizzatori hanno anche segnato il ritorno di una forte presenza da Cina, Giappone e Corea.

«Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. White contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da White sta raccogliendo i suoi frutti» ha detto Massimiliano Bizzi Fondatore di White.

Oltre al coinvolgimento dei milanesi (e dei turisti) negli eventi del White Village, format di "doposalone" pensato per ampliare il pubblico della manifestazione, White ha puntato molto sui designer stranieri attraverso il progetto Expo White che ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, il programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita. Nella serata del 20 settembre, a Palazzo Serbelloni, le collezioni dei designer sono state protagoniste di una sfilata accompagnata dall'esibizione dei ballerini del Teatro alla Scala di Milano. Fino al 28 settembre una selezione di brand sauditi è ospiti del pop-up presso 10 Corso Como. Direttamente dalla



prima edizione della Yerevan Fashion Week, invece, è giunto a **White** un gruppo di brand provenienti dall'Armenia e la Fashion Firm SA ha presentato dieci designer sudafricani. Infine, lo spazio Lounge è stata la location dedicata alla collaborazione tra **WHITE** e Scale7, il primo incubatore di imprese moda e design fondato dalla Qatar Development Bank (QDB) in collaborazione con M7.

Ogni volta che viene fatto un acquisto attraverso uno dei link, Il Sole 24 Ore riceve una commissione ma per l'utente non c'è alcuna variazione del prezzo finale e tutti i link all'acquisto sono accuratamente vagliati e rimandano a piattaforme sicure di acquisto online

Loading...

Loading...

Newsletter

Notizie e approfondimenti sugli avvenimenti politici, economici e finanziari.  
Iscriviti





## **White Show, aumentano ancora i buyer dall'estero. “Numeri eccezionali in questa fashion week”**

1. Home
2. Magazine

La vetrina delle ultime tendenze nel Tortona Fashion District di Milano ha attratto compratori da tutto il mondo alla ricerca delle novità della stagione primavera-estate 2024. Presenti oltre 360 brand

**White** Show, la vetrina della moda a Milano" title=" **White** Show, la vetrina della moda a Milano" width="680" height="382" decoding="async" data-nimg="1" src="https://www.quotidiano.net/image-service/version/c:ZTNhYzUwZDctMTE5MS00:MmM3OTUy/white-show-la-vetrina-della-moda-a-milano.webp?f=16%3A9&q=1&w=768" id="21068314">

**White** Show, la vetrina della moda a Milano

Milano, 26 settembre 2023 – Mentre il popolo della moda si trasferisce a Parigi per la fine del “giro del mondo dello stile” che ha già toccato New York, Londra e Milano, ecco i risultati positivi e lusinghieri di **White** che ha chiuso la sua quattro giorni nella zona di Via Tortona con molta soddisfazione. Un'edizione piena di cose, idee ed eventi, di protagonisti in arrivo dal mondo. **White** è organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e in partnership con Confartigianato Imprese. Nell'area del Tortona Fashion District si sono ritrovati buyer e addetti ai lavori alla ricerca delle **novità** della **stagione primavera-estate 2024**. Presenti oltre 360 brand con un perfetto equilibrio tra aziende italiane e estere (50% italiane e 50% estere).

“Abbiamo vissuto una **fashion week** eccezionale con una **Milano** gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. **White** contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta raccogliendo i suoi frutti”, racconta **Massimiliano Bizzi** Fondatore di **WHITE**.

Consistente l'incremento di buyer da **Francia, US, Middle East**. Ritorna la forte presenza di **Cina, Giappone e Corea**. Tra i compratori che hanno visitato il salone ci sono 24s.com (FR), Samaritaine (FR), Lost&Found (US), Neiman Marcus (US), Holt Renfrew (CANADA), Harvey Nichols Doha (Qatar), Galeries Lafayette Dubai (UAE), Level Shoes (UAE), Chaloub Group (UAE), dal Saudi Arabia Westerly, Rubaiyat, Chapter4 e Pattern.

Al Padiglione Visconti, EXPO **WHITE** ha ospitato il progetto Saudi 100 Brands, il programma della Fashion Commission che promuove i fashion designer dell'**Arabia Saudita**. Nella serata del 20 settembre, a **Palazzo Serbelloni**, le collezioni dei designer sono state protagoniste di una sfilata accompagnata dall'esibizione dei ballerini del Teatro alla Scala di Milano. Dal **19 al 28 settembre**, una selezione di brand sauditi è nel pop-up presso il **luxury concept store 10 Corso Como**. Direttamente dalla prima edizione della **Yerevan Fashion Week** tenutasi ad inizio estate, è giunto a **WHITE** un



gruppo di brand provenienti dall'Armenia. La Fashion Firm SA ha presentato, dieci designer sudafricani, favorendo la loro apertura a nuovi mercati.





## White amplia il focus internazionale: +5% i buyer stranieri. E il dopo salone porta animazione in Tortona



Grazie ai numerosi progetti

Un'edizione dalla dimensione sempre più internazionale quella di White conclusasi ieri. Un'evoluzione testimoniata dalle numerose iniziative espositive proposte dagli organizzatori, a cui ha fatto riscontro una crescita del 5% degli operatori internazionali, a fronte di un numero stabile di visitatori.

L'appuntamento ha ricevuto un surplus di dinamismo grazie al nuovo progetto White Village, il primo dopo salone della rassegna, nato in collaborazione con **Mtv**, che ha portato grande animazione nell'area del Tortona Fashion District nei quattro giorni dal 22 al 25 settembre.

La manifestazione, organizzata con il patrocinio di **Regione Lombardia** e del **Comune di Milano**, con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Maeci)**, di **Ice** e in partnership con **Confartigianato Imprese**, si è confermata come piattaforma internazionale di riferimento per le aziende della moda donna e come vetrina delle nuove tendenze. Presenti oltre 360 brand con un fifty/fifty tra aziende italiane ed estere (50% italiane e 50% estere).

In particolare si è notato un significativo incremento di buyer da Francia, Us e Middle East, mentre è tornata forte la presenza di Cina, Giappone e Corea.

Tra i compratori, realtà di spicco come **24s.com** e **Samaritaine** dalla Francia, **Lost&Found** e **Neiman Marcus** dagli Stati Uniti, **Holt Renfrew** dal Canada, **Harvey Nichols Doha** dal Qatar, **Galleries Lafayette Dubai**, **Chaloub Group** e **Level Shoes** dagli Emirati Arabi Uniti, mentre dall'Arabia Saudita sono arrivati **Westerly**, **Rubaiyat**, **Chapter4** e **Pattern**.



«Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori - è il commento di **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** -. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo. **White** contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato».

«Le presenze di questa edizione - ha proseguito - come già successo a febbraio, mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta raccogliendo i suoi frutti»

Consensi significativi, sottolinea una nota, ha ottenuto ancora una volta la sezione *Secret Rooms*, cinque stanze dedicate ad altrettanti talenti internazionali di nuova generazione, così come si è rivelata mirata ancora una volta la colab con **Icex España Exportación e Inversiones** iniziata nel settembre 2017, che ha portato al salone una selezione di dieci designer spagnoli.

Grazie al progetto **Expo White**, inoltre, la rassegna punta ad aprire le porte a brand in arrivo da Paesi che appartengono a una geografia della moda non convenzionale.

Emblematica l'iniziativa ospitata al Padiglione Visconti dal titolo *Saudi 100 Brands*, programma della **Fashion Commission** che promuove i fashion designer dell'Arabia Saudita, le cui collezioni hanno sfilato nella serata del 20 settembre a Palazzo Serbelloni, accompagnate dall'esibizione dei ballerini del **Teatro alla Scala** di Milano. Da segnalare che, fino al 28 settembre, una selezione di marchi sauditi è ospite del pop-up nel concept store 10 Corso Como.

Tra i progetti che guardano fuori dai confini internazionali si segnala la presenza di un gruppo di brand armeni e di dieci designer sudafricani, mentre allo spazio Lounge è andata in scena la collaborazione con **Scale7**, incubatore di imprese moda e design fondato dalla **Qatar Development Bank** (QDB) in collaborazione con **M7**.

Sotto i riflettori al salone anche il mondo dell'avanguardia, presente nell'area *Basement*, mentre nelle loft hanno rinnovato la loro presenza grandi nomi dalla brand identity molto definita.

Come si diceva, grazie al debutto del **White Village**, il primo dopo salone organizzato durante la Milano Fashion Week, il Tortona Fashion District è stato particolarmente animato, favorendo l'incontro tra moda e città, musica, food e drink.

Grande affluenza anche presso l'auditorium del **Mudec** per il palinsesto *The couture code. L'impatto dell'AI sull'industria della moda*, che ha visto la partecipazione di numerosi partner tra i quali **Albini Group** e **Mesmerise**, player nel settore dell'intelligenza artificiale fondato nel 2016.





## White , i buyer esteri crescono del 5%



Di Barbara Rodeschini 26 Settembre 2023

Si chiude con un bilancio sostanzialmente positivo l'edizione autunnale di **White** . A fronte di una partecipazione in linea con i risultati di settembre 2022, il salone di via Tortona può festeggiare l'incremento della compagine estera, aumentata del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. "Abbiamo vissuto una fashion week eccezionale con una Milano gremita di operatori. Ciò dimostra quanto la moda sia un indotto importantissimo per la città, con provenienze da tutto il Mondo", ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** . "**White** – continua – contribuisce in modo importante con i suoi numeri al raggiungimento di questo risultato. Le presenze di questa edizione, come già successo a febbraio, mostrano ancora un evidente aumento dell'estero a dimostrazione che la strategia intrapresa da tempo da **White** sta



raccogliendo i suoi frutti”.

Nel dettaglio, si è registrata la crescita di compratori provenienti da Francia, Stati Uniti e Medio Oriente e anche il ritorno di Cina, Giappone e Corea. Tra le insegne presenti anche **24s.com**, **Samaritaine**, **Lost&Found**, **NeimanMarcus**, **HoltRenfrew**, **HarveyNichols Doha**, **GalleriesLafayetteDubai**, **LevelShoes**, **ChaloubGroup**, **SaudiArabiaWesterly**, **Rubaiyat**, **Chapter4** e **Pattern**.

Organizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE – Agenzia per la Promozione all’Estero e l’Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e in partnership con Confartigianato Imprese, **White** questa edizione ha avuto un’anima duplice: da un lato, la tradizionale fiera con oltre 360 brand; dall’altro, il varo di **White Village**, il primo *fuori salone* della moda realizzato in partnership con MTV, che ha ottenuto il plauso del pubblico grazie a un programma d’intrattenimento ricco di contenuti, tra cui il talk *The Couture code. L’impatto dell’AI sull’industria della moda* con la partecipazione di Albin Group e Mesmerise.







## White al via con il format Village



Di Barbara Rodeschini 23 Settembre 2023

Entra nel vivo la nuova edizione di **White Milano** che questo settembre si amplia, introducendo il format Village che permetterà al pubblico e non solo agli addetti ai lavori di fruire di un ricco palinsesto di iniziative e intrattenimento dalle 18 alle 22. In calendario fino a lunedì 25 settembre, **White** punta a confermarsi piattaforma d'eccellenza nel segno della creatività internazionale con i suoi 360 espositori, articolati nel consueto perimetro di via Tortona con gli spazi del Superstudio Più, Base e Padiglione Visconti. La kermesse, che conta il rinnovato patrocinio del Comune di Milano, il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE – Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e la partnership di Confartigianato Imprese, fa del brand mix il suo fiore all'occhiello. Tema di stagione è *The Instinct Factor*, uno statement che richiama all'importanza della creatività spontanea in un contesto dominato da algoritmi. Così il percorso si snoda nel segno della ricerca offrendo un panorama esaustivo sulla progettualità contemporanea. E se le Secret Rooms si confermano il luogo dell'innovazione, con Expowhite si porta l'attenzione sulle nuove geografie della moda dall'Arabia Saudita, il regno arabo torna con il progetto **Saudi 100 Brands**, all'Armenia; dal Brasile al Sudafrica. Parallelamente, continua l'analisi concettuale all'interno della sezione Basement mentre nella Lounge va



in scena la collaborazione tra **White** e Scale7, il primo incubatore di imprese moda e design fondato dalla Qatar Development Bank. “Ci aspettiamo una Milano molto forte anche a livello internazionale”, ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director di **White**, “Il lavoro condotto da Simona Severini (general manager di **White**, ndr) è stato meticoloso e appassionato nel segno della qualità e della ricerca. Parallelamente, con **White Village**, il nostro dopo salone, accogliamo il pubblico con un programma inedito, pensato appositamente per coinvolgere, intrattenere e ingaggiare il pubblico”.

Nato per riprendere i temi del WSM- **White** Suistainable Milano, **White Village** inaugura lavori con la collaborazione con **Albini Group**. La realtà bergamasca da 180 milioni di euro di fatturato, da sempre all'avanguardia e pioniera nella ricerca e nell'innovazione sostenibile, è protagonista della prima giornata del Village, prima con il panel The Couture Code- L'impatto dell'AI sull'industria moda e successivamente con l'evento Regenerative future, con focus su Regenerative Biofusion, il primo cotone biologico, tracciabile e rigenerativo. “Come Albini Group, ci impegniamo ogni giorno in questo ambito e siamo da sempre disposti a ricercare e dare vita a nuove possibilità, progetti e processi che ci permettano di rigenerare il mondo della moda.”, ha sottolineato **Fabio Tamburini**, Ceo di Albini Group, “Quando abbiamo parlato con **White** della possibilità di fare un fuori salone durante la fashion week, ci siamo interrogati su quale fosse la formula migliore perché sapesse essere divertente e ingaggiante nel veicolare contenuti importanti. L'Intelligenza Artificiale è una rivoluzione come lo è stato Internet, è un'alleata che saprà accelerare l'evoluzione trasformativa delle aziende. Parlarne al pubblico è di primaria importanza, accendere il dibattito e non solo tra addetti ai lavori, è una formula efficace per comprendere diversi punti di vista e capire quale sia la via da intraprendere. Non dimentichiamoci che il consumatore finale è al centro”.





## Dalla moda alle mostre, i migliori eventi del primo weekend d'autunno a Milano



Fashion Week, sport, musei, musica, teatro: tutti gli appuntamenti da non perdere in città (e dintorni) nel fine settimana del 23-24 settembre

Max Cassani e Adriana Marmioli

23 Settembre 2023 alle 08:10

7 minuti di lettura

Tra uno scroscio d'acqua torrenziale e un raggio di sole tropicale che costringono a non facili interpretazioni in materia di abbigliamento, Milano è ancora occupata dalla Fashion Week (che si conclude lunedì). Non manca comunque nel weekend la solita raffica di novità ed eventi di vario genere.

### MODA

La Women's Collection Spring/Summer 2024 è sempre più kolossal (176 appuntamenti, tra sfilate, presentazioni ed eventi), occupa la città in modo trasversale, ma il grosso degli eventi è blindatissimo. Cosa accade in passerella non è però più segreto: si può vedere in tempo reale sui mega schermi a led di piazza Duomo e di via Dante 17, oppure (ma molto più comodamente) da casa sul sito di Camera Nazionale della Moda Italiana ([milanofashionweek.cameramoda.it](http://milanofashionweek.cameramoda.it)) oppure in streaming su [tvmoda.it](http://tvmoda.it) e sul canale YouTube di FashionChannel. Indispensabile per essere aggiornati su cosa farà tendenza la prossima estate.

Palazzo Giureconsulti (piazza dei Mercanti 2), aperto tutto il giorno tutti i giorni, è l'hub urbano della moda. Ospita esposizioni e incontri, gli "Educational Talks", che spaziano su tutti i grandi temi della moda in materia di ambientalismo, economie circolari, inclusione e sostenibilità.

Tra Superstudio Più, Base Milano e Padiglione Visconti, tutti che si affacciano su via Tortona, si possono visitare "[WSM-White Sustainable Milano](#)", evento che promuove la

moda ecosostenibile, e “White Milano. Sign of the Times” ([whiteshow.com](http://whiteshow.com)), vetrina internazionale della moda e del design più giovane.

A Palazzo Morando ha casa la “Afro Fashion Week” ([via Sant'Andrea 6, afrofashion.org](http://via.Sant'Andrea.6.afrofashion.org)) con le creazioni ispirate dalla cultura africana, dove la tradizione si unisce ai trend più attuali e alle innovazioni tecnologiche.

In coda alla Fashion Week, all'interno del palinsesto di Fotografy, in collaborazione con Wanted Cinema e sponsorizzato da Leica Camera, il Cinema Arlecchino ([via San Pietro all'Orto 9](http://via.San.Pietro.all'Orto.9), martedì 26/9, obbligo di prenotazione, [arlecchino.cinetecadimilano.18tickets.it/film/17464](http://arlecchino.cinetecadimilano.18tickets.it/film/17464)) ospita la proiezione in anteprima, alla presenza del regista Emiliano Scatarzi, di “Gian Paolo Barbieri. L'uomo e la bellezza”, premio del Pubblico come Miglior Film al Biografilm Festival 2022, sguardo intimo sul mondo di uno dei più grandi fotografi italiani molto attivo proprio sul fronte della moda.

#### ANNIVERSARI

Sabato alle ore 20.45, presso il Teatro Manzoni ([biglietti da 30 euro in vendita su TicketOne, teatromanzoni.it](http://biglietti.da.30.euro.in.vendita.su.TicketOne.teatromanzoni.it)) torna “Buon Compleanno Mimi”, spettacolo pensato per celebrare l'indimenticabile Mia Martini (era nata il 20 settembre 1947), raffinata e intensa artista, riconosciuta come una delle voci più belle, importanti e significative della musica italiana. Durante la serata, presentata da Federica Bertoni, si esibiranno grandi artisti del panorama italiano: Tiromancino, Ermal Meta, Coma\_Cose, Aka 7even, Gaia, Mario Venuti, Leo Gassmann, Venerus. Ciascuno canterà un brano di Mia Martini e alcuni brani del proprio repertorio. Special guest della serata Aida Cooper, grande amica e storica vocalist di Mia Martini. Le sorelle di Mia Martini, Leda e Olivia Bertè, racconteranno aneddoti e ricordi della grande interprete rimasta nei cuori di tutti.

La Triennale compie cent'anni. Li celebra sabato con la grande festa “Everything Everywhere All At Once” ([via Alemagna 6](http://via.Alemagna.6), 20 euro, [triennale.org](http://triennale.org)) fatta di concerti, performance, esibizioni e incontri che dal pomeriggio arrivano a notte fonda. Coinvolti decine di artisti, che occuperanno tutti gli spazi del Palazzo dell'Arte, dal teatro al rooftop, passando per gli spazi espositivi fino ai Bagni Misteriosi e al Parco.

Sabato, in occasione del decennale della scomparsa di Franca Rame, il Cimitero Monumentale – dove l'attrice riposa – in collaborazione con il Cetec e la Fondazione Fo Rame, mette in scena il monologo “Lo Stupro” ([piazza Cimitero Monumentale](http://piazza.Cimitero.Monumentale), ore 20 e ore 21, ingresso libero, info: [dsc.visiteguidatemonumentale@comune.milano.it](mailto:dsc.visiteguidatemonumentale@comune.milano.it)) scritto dalla stessa Franca Rame, una riflessione e una denuncia sulla violenza di genere, purtroppo sempre più attuale.

#### MUSICA

Sabato all'Ippodromo La Maura (dalle ore 16 in poi, biglietti esauriti) andrà in scena la prima edizione di “Marrageddon”, il mega festival-raduno del rap con i nomi italiani più noti del genere: oltre al gran cerimoniere Marracash, sul palco Fabri Fibra, Salmo, Guè e tanti altri.

Sabato al Blue Note tornerà Sarah Jane Morris, icona della musica mondiale che ha saputo imporsi sulla scena internazionale grazie a uno stile sofisticato e a produzioni



importanti che nel tempo hanno spaziato dal pop al blues, fino al jazz (via Borsieri 37, ore 20.30 e 23, biglietti 42/27 euro, [bluenotemilano.com](http://bluenotemilano.com)).

Domenica, sempre il Blue Note sarà pervaso dall'energia dei Ridillo, band unica nel suo genere ricca di influenze funky, soul, jazz, afro-brasil, folk e lounge, che torna nel club di via Borsieri dopo quasi due anni dall'ultimo concerto (ore 20.30, 32/27 euro).

#### MOSTRE E MUSEI

Numerose le mostre che aprono in occasione della Fashion Week: "Suzanne Jackson. Somethings in the World" è frutto della collaborazione tra Fondazione Furla e GAM, ed è ospitata negli spazi della Galleria d'Arte Moderna di Milano (via Palestro 16, fino al 17 dicembre, 5 euro, [gam-milano.com](http://gam-milano.com)).

È invece ospitata dalle Gallerie d'Italia (piazza Scala 6, fino al 19 novembre, 10 euro, [gallerieditalia.com](http://gallerieditalia.com)) la mostra fotografica "Max Vadukul. Through Her Eyes - Timeless Strength".

È invece doppia l'inaugurazione di Palazzo Reale (piazza Duomo 12, [palazzorealemilano.it](http://palazzorealemilano.it)) che ospita le mostre fotografiche "Luigi & Iango: Unveiled", prima personale di Luigi Murenu e Iango Henzi (fino al 26 novembre, ingresso libero), e "Jimmy Nelson. Humanity" (fino al 21 gennaio, 17 euro, [jimmynelsonmilano.it](http://jimmynelsonmilano.it)).

Ma la più importante di tutte le mostre, quella che è facile immaginare attirerà le folle, è al Mudec, dove da questo weekend apre "Vincent Van Gogh. Pittore colto" (via Tortona 56, fino al 28 gennaio, 16 euro, [mudec.it](http://mudec.it)), percorso espositivo che propone una prospettiva fuori dagli schemi soliti sul celebre artista olandese. Realizzata in collaborazione con il Museo Kröller-Müller di Otterlo, che è la seconda più grande collezione di dipinti di Van Gogh dopo Amsterdam, anche con il supporto di un video, la mostra racconta un Van Gogh artista di grande cultura, appassionato lettore e collezionista, autodidatta ma aggiornato sul dibattito culturale e le tendenze artistiche del tempo.

Per le Giornate Europee del Patrimonio, sabato la Pinacoteca di Brera apre eccezionalmente in orario serale a prezzo scontatissimo (via Brera 28, a partire dalle 19.20, 2 euro, con obbligo di prenotazione, [brerabooking.org](http://brerabooking.org)). Nate su iniziativa del Ministero della Cultura e della Comunità Europea-Consiglio d'Europa, le Giornate organizzano nei giorni di sabato 23 e domenica 24 aperture straordinarie e serali di molte istituzioni museali (l'elenco completo su [cultura.gov.it/evento/gep2023aperturaserale](http://cultura.gov.it/evento/gep2023aperturaserale) e [cultura.gov.it/evento/gep2023eventidiurni](http://cultura.gov.it/evento/gep2023eventidiurni)).

Da oggi Fondazione Prada presenta la mostra "Wes Anderson – Asteroid City: Exhibition" (largo Isarco 2, fino al 7 gennaio, [fondazioneprada.org](http://fondazioneprada.org)), progetto espositivo che anticipa l'uscita (il 28 settembre) di "Asteroid City" l'ultimo film di Wes Anderson e si inserisce nel percorso che già da tempo unisce l'istituzione milanese al regista americano. In mostra nella Galleria Nord una selezione di scenografie originali, oggetti di scena, modellini, costumi e opere d'arte presenti nel film.

#### CINEMA



Come abbiamo già raccontato nel dettaglio in questo articolo, è in pieno svolgimento la storica rassegna "Le vie del cinema". Calendario aggiornato, prenotazioni e prezzi su [leviedelcinema.lombardiaspettacolo.com](http://leviedelcinema.lombardiaspettacolo.com).

#### TEATRO

Dopo il sold out di qualche mese fa, questo weekend al Teatro degli Arcimboldi torna Enrico Brignano con "Ma... diamoci del tu!" (via [Innovazione 20](http://Innovazione20.com), 40/75 euro, [teatroarcimboldi.it](http://teatroarcimboldi.it)), riflessione ironica su cosa significhi il passaggio dall'uso del lei («arcaico e formale») al «fintamente confidenziale» tu, filtrato attraverso la sua storia personale. Sempre restando nell'ambito dei comici e sempre sul palco degli Arcimboldi, lunedì arriva la strana coppia "Panariello vs Masini" (55/40 euro): è l'ultima tappa di un tour molto fortunato in cui si confrontano due amici che non hanno nulla in comune, se non lo stesso sguardo attento sulla vita.

È in corso al Teatro Franco Parenti il festival "Tendenza Clown" di cui abbiamo parlato al suo debutto in questo articolo. Uno sguardo importante sulle novità nel mondo del circo che piacerà a grandi (dal cuore bambino) e piccini.

#### SPORT

Domenica al via seconda edizione di "Run for Inclusion", la corsa non competitiva nata per celebrare i valori di inclusività, diversity, sostenibilità e sport outdoor, che trasformerà Milano nel simbolo della lotta contro ogni tipo di discriminazione. La gara, aperta a tutti, partirà alle 10 dall'Arco della Pace, dove sarà allestito il Village con attività, talk, musica, workshop: 7.24 km per sottolineare la necessità di un impegno costante verso questi temi, 7 giorni su 7 e 24 ore al giorno. Sul pettorale gara ogni partecipante potrà scrivere il proprio personale messaggio, trasformandolo in un manifesto della libertà d'espressione e inclusività. Info e iscrizioni sul sito [runforinclusion.com](http://runforinclusion.com).

Sabato e domenica al Parco di City Life scatta "Wanderlust 108", il Triathlon della consapevolezza organizzato in partnership con Adidas, con protagoniste corsa, yoga e meditazione. L'evento targato Wanderlust intende promuovere consapevolezza e responsabilità. La domenica, il Mindful Triathlon sarà disponibile anche online, in formato virtuale. Tutte le info su [it.wanderlust.events/italy](http://it.wanderlust.events/italy).

#### EVENTI D'AUTUNNO

Il BAM-Biblioteca degli Alberi di Porta Nuova poteva dimenticare il cambio di stagione? Domenica lo celebra con il Season Day "Benvenuto Autunno!" (via de Castillia 28, [bam.milano.it](http://bam.milano.it)), fatto di molteplici attività all'insegna del benessere e della salute come sempre gratuite e aperte a tutti (per molte è però obbligatorio prenotare). Si comincia alle 9.30 con la "Camminata metabolica" per arrivare a mezzogiorno con il progetto "Just Walking" sul valore salutare della camminata; al pomeriggio c'è il tradizionale torneo di bocce "L'Isola s...boccia". Chiusura alle 18 con "#Vibes3", performance di danza collettiva aperta a chiunque desideri farsi coinvolgere.

Le vie di Brera sabato e domenica esplodono dei colori di "Floralia" (piazza San Marco), mercatino benefico che si svolge due volte all'anno sul sagrato e nei chiostri della chiesa di San Marco occupati da piante e fiori ma anche di prodotti naturali e di artigianato e oggetti vintage.



Sabato e domenica al Circolo Magnolia (Idroscalo, via Circonvallazione Idroscalo 41, Novegro, 5 euro comprensivo di token per un trancio/fetta di pizza, [circolomagnolia.it](http://circolomagnolia.it)) va in scena "Sound of Pizza", evento che unisce la buona musica agli stand di alcune delle migliori pizzerie della città per celebrare una delle eccellenze della nostra cucina. Con masterclass e workshop gratuiti in collaborazione con Garage Pizza, prima community italiana dedicata al mondo pizza.

È anche l'occasione per fare un salto nel vicino corso Garibaldi: al 71 da pochi giorni è visibile il murale di una enorme farfalla super ecologica: il dipinto è rivestito da una pellicola trasparente idrorepellente e fotocatalitica che, grazie alla luce solare, permette la riduzione degli inquinanti atmosferici, abbassando la concentrazione di ossidi di azoto e ossidi di zolfo.

#### BAMBINI

Sabato e domenica alla Biblioteca Parco Sempione (e non solo) torna "Hai visto un re?" (ingresso libero, [librerieindipendentimilano.net](http://librerieindipendentimilano.net)), festival della letteratura per bambini e ragazzi organizzato dall'Associazione LIM-Librerie Indipendenti Milano in collaborazione con il Sistema Bibliotecario Milano. In programma letture animate, laboratori, autori e illustratori che raccontano il proprio lavoro ai piccoli lettori.

#### FUORIPORTA

Per una volta allunghiamo la trasferta fino a Mantova, ma l'occasione è imperdibile: da questo weekend il PalaUnical (via Gioia 3, fino all'8 ottobre, 12 euro, [palaunical.com](http://palaunical.com)) ospita "Pooh. Amici per sempre", prima mostra dedicata alla band, raccontata in un percorso che va dalle origini a oggi. Sessant'anni di carriera sintetizzati da migliaia di reperti, tra articoli, poster, manifesti storici, abiti di scena. La mostra è accompagnata dalla proiezione di video storici e inediti.

Sabato e domenica a Saronno al teatro Giuditta Pasta va in scena "Sogni" (via Primo Maggio, 36 euro, [teatroguidittapasta.it](http://teatroguidittapasta.it)): i Legnanesi scaldano il motore della loro grande macchina spettacolare in una provincia che tanto li ama, in attesa del nuovo show.

Per tutto il weekend Cremona si prepara ad accogliere l'edizione 2023 di "Cremona Musica International Exhibitions and Festival", storica rassegna internazionale interamente dedicata a strumenti musicali d'alto artigianato presso CremonaFiere. Per tre giorni la città di Stradivari ospiterà oltre 180 eventi sia in fiera che in città. In programma mostre, convegni, contest, incontri, performance, seminari, presentazioni, open stage, concerti, novità, spettacoli, masterclass, libri, rubriche sulla didattica, musica solidale e tanti altri appuntamenti dedicati al mondo degli archi, delle chitarre, dei pianoforti, dei fiati e delle fisarmoniche.





## WHITE SHOW, L'ALTRA FACCEIA DELLA MILANO FASHION WEEK – ME Style







## Messina - Torre Faro



La moda italiana è fatta anche di tante piccole e medie aziende artigiane che fanno grande il Made in Italy nel mondo. Lo ha detto Barbara Mazzali, assessore a Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia alla conferenza stampa di presentazione di **White** a Palazzo Reale di Milano.

La nuova edizione del 'content show' dedicato ai nuovi trend donna prêt-à-porter della stagione primavera-estate 2024, intitolata quest'anno ' **White Show-Sign of the**

Times', è in programma da domani venerdì 22 settembre a lunedì 25 nell'ambito della Milano Fashion week al Tortona Fashion District.

Il **White** è uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, dal quale sono partiti moltissimi brand sconosciuti, che, grazie a questa vetrina, hanno raggiunto l'Olimpo della moda".

"L'evento circa 40 eccellenze lombarde del fashion che, insieme a 350 altri brand, alcuni emergenti che si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore".

Novità di questa edizione sarà il '**White Village**', un 'Fuori salone' che ospiterà conferenze, panel, workshop e tante attività che sveleranno il magico ma duro lavoro 'dietro le quinte' della moda".

Nato da un'idea di **Massimiliano Bizzi, White** da oltre un ventennio rappresenta una vetrina internazionale dedicata a collezioni prêt-à-porter di marchi italiani e internazionali, selezionati attraverso un meticoloso lavoro di ricerca. Si tratta di uno degli eventi dei più rilevanti e dinamici durante le Milano Fashion Week, in grado di attirare numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo.

Digitalizzazione, nuove tecnologie, innovazione responsabile, progettazione sostenibile e intelligenza artificiale, ma anche installazioni, attivazioni digitali, cocktail event con Dj set, saranno i temi e le attrazioni che animeranno il '**White Village**', evento 'fuori salone' di **White**.



il tuo ristorante di pesce



**TORO**  **nero**

— *amiamo cucinare* —

Messina  
via Consolare Pompea 58A  
T. 366 710 2667







## **White Show presenta al Mudec "The Couture Code - l'impatto dell'AI sull'industria della moda"**

HOME - eventi

**Autore:** Redazione

h 16.31 - 20/09/2023

h 16.31 - 20/09/2023



L'iniziativa è organizzata da Digital Events con la collaborazione di Imaginars

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel Tortona Fashion District si svolgerà **White Milano**, vetrina internazionale dedicata alla scena fashion globale dedicata a collezioni pret-a-porter. Nell'ambito della manifestazione si terrà il **White Village**, il primo dopo salone che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target e che si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico. In particolare, negli spazi del Mudec, in Via Tortona 56 a Milano, **venerdì, dalle ore 16.30 alle ore 19**, si terrà il convegno **"The Couture Code - L'impatto dell'AI sull'industria della moda"** darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili. Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di **Massimiliano Bizzi, presidente di White Show, che concluderà anche i lavori, Fabio Tamburini, ceo di Albin Group, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech Demircan Erdogan, Customer Engagement Director di Mesmerise, si occuperà di customers best practice. Matteo Nisi, Chief Technology Officer Merkle, e Dan Donovan, Chief Technology Officer Mesmerise, si confronteranno nella tavola rotonda "Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts"**. Il convegno è organizzato da **Digital Events** in collaborazione con **Imaginars di Pepe Moder**, anche nelle vesti di moderatore. Per l'occasione **Pietro Cerretani, Managing Partner di Digital Events** dichiara: "Siamo felici di poter collaborare all'organizzazione di un'iniziativa di così grande interesse, impatto e attrattività. Un'opportunità per la nostra azienda sempre più orientata alla divulgazione della trasformazione digitale nel nostro Paese". "Questi momenti di confronto, di fronte a una nuova discontinuità quale è



l'intelligenza artificiale - commenta **Pepe Moder, Founder e Partner di Imaginars** e moderatore della conferenza - servono alle aziende a maturare la conoscenza della portata del cambiamento. Il cartellone di Couture Code fornirà un contributo di significativo rilievo alla comprensione del fenomeno". Per iscriversi alla conferenza visitare la pagina **The Couture Code**.



**Autore:** V Parazzoli - 20/09/2023

WPP con la sigla dedicata OpenMind si aggiudica la gara media di Nestlé per l'Europa: il budget in Italia ammonta a 60 milioni di euro

Si è conclusa a favore di WPP – come anticipato dalla stampa inglese e confermato da un portavoce dell'azienda – la gara media avviata nello scorso dicembre da Nestlé per ridefinire il suo partner media in tutta Europa, ovvero in 47 mercati. In finale, era giunta anche Publicis Media, che fa parte di Publicis Groupe che già lavora per Nestlé al pari di IPG e dentsu e della stessa WPP che, per tornare a gestire questo cliente, ha attivato la sigla dedicata OpenMind all'interno di GroupM. Il commento Il portavoce del Gruppo svizzero ha spiegato: "I consumatori oggi vogliono accedere a beni e servizi a modo loro, indipendentemente dal canale. Hanno a cuore la sostenibilità e la salute. E si aspettano che i marchi offrano soluzioni personalizzate in tempo reale. Per soddisfare queste esigenze, stiamo creando ecosistemi senza canali, facendo progredire l'analisi always-on, espandendo le operazioni connesse e supportando la sostenibilità.

Migliorando i nostri processi, eliminando le duplicazioni e ottimizzando la spesa, genereremo risparmi significativi che alimenteranno il reinvestimento nei nostri marchi. Ecco perché abbiamo selezionato un'unica agenzia media per trasformare la nostra comunicazione di marketing in Europa, attirando l'attenzione, la rilevanza e la crescita dei consumatori. OpenMind coordinerà tutta la pianificazione, l'acquisto dei media e l'attivazione delle campagne per posizionare al meglio i marchi Nestlé sui diversi canali mediatici. Ciò fa parte di una strategia volta a trasformare e migliorare l'efficacia e l'efficienza degli investimenti di marketing del Gruppo a sostegno dei suoi marchi forti nella region". Nella sua relazione annuale per il 2021, Nestlé ha dichiarato di voler aumentare del 50% gli investimenti nel marketing digitale e di voler raddoppiare la percentuale di vendite via e-commerce entro il 2025. Ha dichiarato inoltre che le spese di marketing e amministrazione del Gruppo sono diminuite in percentuale al fatturato. Unico partner Il colosso dei beni di largo consumo aveva in effetti dichiarato all'inizio della gara che era intenzionata a ripensare il suo modello di agenzia media, nonostante le recenti revisioni avvenute nel Regno Unito e in Germania, con l'obiettivo di avere un unico partner nella region. Un portavoce di Nestlé aveva dichiarato che l'obiettivo è quello di creare un "approccio di comunicazione media senza soluzione di continuità e integrato, orientato al pubblico, in tutte le categorie e in tutti i mercati, e di ottenere significativi vantaggi in termini di efficacia ed efficienza". In Italia l'agenzia in carica era



dentsuX per un budget stimabile in oltre 60 milioni di euro, di cui due terzi per l'off line e un terzo per l'online. Nel 2021, Zenith ha mantenuto l'account di pianificazione e acquisto media di Nestlé nel Regno Unito, per un valore di 63 milioni di sterline, con un mandato ampliato che ha aggiunto l'Irlanda. Lo scorso settembre invece EssenceMediacom si era aggiudicata l'account media di Nestlé in Germania, per un valore di 174 milioni di dollari.

LEGGI



**Autore:** Redazione - 19/09/2023

Caffè Borbone lancia la nuova campagna dedicata agli eroi quotidiani, ideata da Leo Burnett

Caffè Borbone, marchio di riferimento nel business della torrefazione e del caffè porzionato, lancia la nuova campagna ATL dedicata agli eroi quotidiani, ideata da Leo Burnett. La nuova creatività è in pianificazione multimediale, a cura di Publicis Groupe, a partire dal 17 settembre, per sette settimane su tv, CTV, social e web. In un mondo fatto di standard da rispettare, aspettative troppo alte e desiderio di perfezione guardando a modelli irraggiungibili, la nuova campagna di Caffè Borbone celebra le persone normali. Lo spot si rivolge a tutti coloro che vivono la vita con sincerità, mossi da valori di semplicità e autenticità, secondo i propri gusti e con le proprie imperfezioni: sono proprio loro a meritarsi un buon caffè. Il caffè, rituale sincero per eccellenza, diventa il mezzo per godersi un momento di normalità, un modo per premiare sé stessi e concedersi di essere imperfetti. Caffè Borbone è per tutti ed è per tutti quegli eroi che affrontano la quotidianità con la stessa grinta e attitudine genuina del sapore del caffè racchiuso in una tazzina. Il commento "Il lancio della nuova campagna ADV arriva a coronamento di un anno scandito da ottimi risultati. Con la nuova piattaforma di comunicazione vogliamo rimarcare i nostri successi rivolgendoci non solo a chi negli anni ha apprezzato la nostra storia di autenticità ma a tutte le persone che amano la semplicità del momento caffè e che potranno quindi riconoscersi nei nostri valori. Con lo spot promuoviamo, infatti, valori positivi raccontando storie di vita quotidiana che con ironia e verità creano un legame emotivo con il pubblico che potrà identificarsi nei protagonisti. Il caffè, un ottimo caffè, è al centro delle giornate degli eroi quotidiani", ha dichiarato Michela Caone, Direttore Marketing & Comunicazione di Caffè Borbone. Gli spot Lo spot sarà pianificato sia nel formato da 30" che in quello da 15" con tre soggetti, di cui unico comunica l'impegno dell'azienda in ambito sostenibilità con la cialda 100% amica della natura, il formato compostabile, da buttare quindi nell'umido, con incarto riciclabile nella carta, di cui Caffè Borbone è pioniere nel mercato. Nel primo film vediamo una donna che, appena sveglia, si prepara ad affrontare la giornata partendo dal risveglio di sua figlia che proprio non ne vuole sapere. E poi di corsa fuori casa, il districarsi tra le strade della città in bici e dritti fino a scuola dove quando saluta sua figlia si accorge che ha indosso due scarpe

diverse. Lo sguardo di complicità tra mamma e figlia esalta il valore dell'essere imperfetti. E va bene così. Nel secondo spot il nostro eroe è un giovane studente che cerca di approfittare delle ultime ore per studiare e cercare di passare l'esame il giorno dopo. Ed eccoci poi in università, l'esame è appena finito e il voto è 20. E va bene così. Un buon caffè in tazzina Caffè Borbone accompagna i protagonisti degli spot nelle loro giornate diventando la voce fuori campo che li esorta a prendersi il loro meritato momento caffè e a sentirsi eroi tutti i giorni.

LEGGI





## L'impatto dell'AI sull'industria della Moda? Se ne parla il 22 settembre a Milano

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel Tortona Fashion District si svolgerà **WHITE** Milano, vetrina internazionale sulla scena fashion globale dedicata a collezioni pret-a-porter. Nell'ambito della manifestazione si terrà il **WHITE** Village, il primo “dopo salone” che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target. Si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico.

In particolare, negli spazi del MUDEC in Via Tortona 56 a Milano, venerdì 22 settembre dalle ore 16.30 alle ore 19 il convegno “The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda” darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili.

Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di **Massimiliano Bizzi**, presidente di **White** Show, che concluderà anche i lavori, Fabio Tamburini, ceo di Albin Group, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech Demircan Erdogan, Customer Engagement Director di Mesmerise, si occuperà di customers best practice. Matteo Nisi, Chief Technology Officer Merkle, e Dan Donovan, Chief Technology Officer Mesmerise, si confronteranno nella tavola rotonda “Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts”. Questi alcuni dei tanti nomi di prestigio non solo del mondo dell'impresa e dei servizi che si presenteranno e confronteranno su argomenti chiave.

Il convegno è organizzato da Digital Events in collaborazione con Imaginars di Pepe Moder, anche nelle vesti di moderatore. Per iscriversi:  
<https://www.eventbrite.it/e/biglietti-the-couture-code-718528587347>

Per l'occasione Pietro Cerretani, Managing Partner di Digital Events dichiara “siamo felici di poter collaborare all'organizzazione di un'iniziativa di così grande interesse, impatto e attrattività. Un'opportunità per la nostra azienda sempre più orientata alla divulgazione della trasformazione digitale nel nostro Paese”.

“Questi momenti di confronto di fronte ad una nuova discontinuità quale è l'intelligenza artificiale, – commenta Pepe Moder, Founder e Partner di Imaginars e moderatore della conferenza – servono alle aziende a maturare la conoscenza della portata del cambiamento. Lo straordinario cartellone di Couture Code fornirà un contributo di significativo rilievo alla comprensione del fenomeno.”





# Milano Fashion Week, White Show inaugura al Mudec la conferenza 'The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda'

Interactive

19 Settembre 2023



Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel **Tortona Fashion District** si svolgerà **WHITE Milano**, vetrina internazionale sulla scena fashion globale dedicata a collezioni pret-a-porter.

Nell'ambito della manifestazione si terrà il **WHITE Village**, il primo 'dopo salone' che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target. Si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico.

In particolare, negli spazi del MUDEC in Via Tortona 56 a Milano, venerdì 22 settembre dalle ore 16.30 alle ore 19 il convegno '**The Couture Code – L'impatto dell'AI sull'industria della moda**' darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta evolvendo grazie all'Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili.

Il ricco palinsesto inizierà con l'introduzione di **Massimiliano Bizzi**, presidente di **White Show**, che concluderà anche i lavori, **Fabio Tamburini**, CEO di **Albini Group**, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech **Demircan Erdogan**, Customer Engagement Director di **Mesmerise**, si occuperà di customers best practice. **Matteo Nisi**, Chief Technology Officer **Merkle**, e **Dan Donovan**, Chief Technology Officer **Mesmerise**, si confronteranno nella tavola rotonda '**Customer experience e customer journey with artificial intelligence. B2B and B2C impacts**'. Questi alcuni dei tanti nomi di prestigio non solo del mondo dell'impresa e dei servizi che si presenteranno e confronteranno su argomenti chiave.

Il convegno è organizzato da **Digital Events** in collaborazione con **Imaginars** di Pepe Moder, anche nelle vesti di moderatore.

È possibile iscriverti alla conferenza a questo link.



## 6 **Eventi White Show** presenta al Mudec “The Couture Code - l’impatto dell’AI sull’industria della moda”

# Eventi White Show presenta al Mudec “The Couture Code - l’impatto dell’AI sull’industria della moda”

L’iniziativa è organizzata da Digital Events con la collaborazione di Imaginars

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre durante la settimana milanese della moda, nel Tortona Fashion District si svolgerà **White Milano**, vetrina internazionale dedicata alla scena fashion globale dedicata a collezioni preta-porter. Nell’ambito della manifestazione si terrà il **White Village**, il primo dopo salone che si focalizza su un approccio fatto di condivisione, networking e creazione di progetti per coinvolgere un ampio ventaglio di target e che si articolerà in una serie di attività di intrattenimento e di business, aperte agli operatori del settore e al pubblico. In particolare, negli spazi del Mudec, in Via Tortona 56 a Milano, venerdì, dalle ore 16.30 alle ore 19, si terrà il convegno “The Couture Code - L’impatto dell’AI sull’industria della moda” darà voce ai professionisti e brand del settore per scoprire come il fashion sta

evolvendo grazie all’Intelligenza Artificiale, quali le opportunità e quali i benefici possibili. Il ricco palinsesto inizierà con l’introduzione di **Massimiliano Bizzi**, presidente di **White Show**, che concluderà anche i lavori, **Fabio Tamburini**, ceo di **Albini Group**, parlerà di supply chain, mentre nel suo keynote speech **Demircan Erdogan**, Customer Engagement Director di **Mesmerise**, si occuperà di customers best practice. **Matteo Nisi**, Chief Technology Officer **Merkle**, e **Dan Donovan**, Chief Technology Officer **Mesmerise**,

si confronteranno nella tavola rotonda “Customer experience e customer journey with

artificial intelligence. B2B and B2C impacts”. Il convegno è organizzato da Digital Events in collaborazione con Imaginars di **Pepe Moder**, anche nelle vesti di moderatore. Per l’occasione **Pietro Cerretani**, Managing Partner di Digital Events dichiara: “Siamo felici di poter collaborare all’organizzazione di un’iniziativa di così grande interesse, impatto e attrattività. Un’opportunità per la nostra azienda sempre più orientata alla divulgazione della trasformazione digitale nel nostro Paese”. “Questi momenti di confronto, di fronte a una nuova discontinuità quale è l’intelligenza artificiale - commenta **Pepe Moder**, Founder e Partner di Imaginars e moderatore della conferenza - servono alle aziende a maturare la conoscenza della portata del cambiamento. Il cartellone di **Couture Code** fornirà un contributo di significativo rilievo alla comprensione del fenomeno”. Per iscriversi alla conferenza visitare la pagina <https://www.eventbrite.it/e/biglietti-the-couture-code-718528587347>.





# White, format inediti con focus sull'estero e porte aperte a tutti

**Salone.** La manifestazione nel Tortona Fashion District lancia due iniziative inedite: il «fuorisalone» White Village e White Expo con designer stranieri

**Marta Casadei**

Sono passati due anni da quando, dopo il primo duro periodo di pandemia, White Milano, salone della moda contemporary e di ricerca fondato da Massimiliano Bizzi e Brenda Bellei nei primi anni Duemila, aveva deciso di cambiare nome, affiancando all'ormai ventennale marchio "White" anche la dicitura "Sign of the Times". Un modo per confermare la propria attenzione ai cambiamenti del mondo in generale e del mondo della moda in particolare, con cui deve essere inevitabile cercare di tenere il passo - se non di anticiparli, in qualche modo, guardando oltre - per rimanere attrattivi e competitivi.

In questi due anni molto è cambiato. Nel mondo - con un evento su tutti: la guerra tra Russia e Ucraina - e nell'universo di White, che proprio con l'edizione di settembre (dal 22 al 25) ha lanciato una serie di nuovi format, per andare oltre la classica combinazione di stand ed eventi per presentare le collezioni P-E 24 di designer italiani o stranieri.

La prima novità si chiama White Village: un progetto - condiviso con il Comune di Milano, da sempre patrocinatore della manifestazione, sostenuta anche da Ice e Confartigianato Imprese - che viene spontaneo associare al

Fuorisalone che durante la design week anima la città partendo proprio dalla zona di Via Tortona e del Superstudio, ma definito da Massimiliano Bizzi, fondatore e presidente di White, «un dopo salone, per addetti ai lavori e cittadini. Milano è tornata a essere molto attrattiva e lo dimostrano anche i 360 marchi che esporranno a White, il 20% in più dell'edizione di febbraio, di cui la metà sono internazionali. Personalmente immagino una città piena di gente che vive la moda». White Village si terrà in contemporanea con White Show, ogni sera a partire dalle 18. Gli

eventi, ad accesso libero, verranno organizzati in maniera diffusa per animare MuDEC, Padiglione Visconti, Superstudio. L'idea del Village riprende i temi fondamentali di Wsm - White Sustainable Milano, format dedicato a sostenibilità e innovazione - ma punta a coinvolgere un pubblico più ampio, e racconta la moda insieme ad altre eccellenze italiane tra cui food e musica. Tra gli eventi in programma c'è Regenerative Future, in collaborazione con Albini Group: il gruppo tessile bergamasco ha appena presentato Regenerative Biofusion, un cotone biologico tracciabile e rigenerativo, e questa sarà l'occasione per parlare proprio del futuro rigenerativo del sistema moda.

La seconda novità dell'edizione di





settembre si chiama White Expo ed è pensata da un lato come volano per designer e aziende straniere, radicate in mercati emergenti come l'Arabia Saudita, l'Armenia e il Sudafrica, per cui Milano rappresenta una vetrina interessante, ma anche per attirare in Italia buyer dagli stessi Paesi. Compratori che potrebbero essere tra i 20mila attesi da White per questa edizione. «White Expo è un'esperienza pensata per costruire legami con nuovi mercati internazionali» ha spiegato Brenda Bellei, ceo di White. In questo contesto si inserisce il progetto di White con il pro-

gramma Saudi 100 Brands della Saudi Fashion Commission: anticipato dall'apertura di un pop up store da 10 Corso Como (aperto fino al 28 settembre) e un evento tra danza e moda in programma a Palazzo Serbelloni domani sera, il progetto vedrà le collezioni di un gruppo eterogeneo di designer sauditi - un mix tra nomi storici ed emergenti, nel complesso per l'85% donne - esposte per tutta la durata di White al Padiglione Visconti. Sempre con l'intento di promuovere designer da tutto il mondo (questa volta emergenti) è stato confermato il progetto Secret Rooms: cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali, selezionati da un team guidato dalla general manager Simona Severini, potranno presentare le loro collezioni. I designer scelti per questa edizione sono Alberto Ciaschini (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (Regno Unito), Studio Pansters (Olanda) e Toton (Indonesia).

Anche White Expo, come White Village, è parte della strategia di rinnovamento messa in campo da White dopo la pandemia: «Il periodo Covid è stato pesantissimo per chi fa questo lavoro - commenta Bizzi - ed è stato difficile non solo ripartire, ma anche decidere come farlo. Noi siamo tornati al nostro Dna e abbiamo ripensato proprio il concetto di fare un salone; abbiamo lavorato sodo anche sul brand mix, profondamente ragionato, e insieme abbiamo voluto pensare di creare un evento che fosse

veramente moderno».

Sulla stessa scia - quella di un ritorno "ragionato" e innovativo alle fashion week dopo il Covid - c'è anche il format White Resort, lanciato a giugno con un focus sulle collezioni beachwear, che ha attirato 1.200 visitatori tra cui buyer internazionali di boutique multimarca, department store e anche hotel di lusso come Belmond Hotel e Bulgari Dubai Resort.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### FUORI SALONE

**Dal 22 al 25 settembre, ogni sera dalle 18 alle 22, sono in programma eventi aperti al pubblico**



#### DESIGNER SAUDITI

**Le loro creazioni saranno da oggi in un pop up da 10 Corso Como, a Palazzo Serbelloni domani e nel Padiglione Visconti**



**Fondatore.** Sopra Massimiliano Bizzi, insieme a Brenda Bellei ha fondato White a Milano nei primi anni Duemila





**Tra salone ed eventi.**

A sinistra, un'immagine dell'ultima edizione di [White](#) che dal 22 al 25 settembre riunirà 360 marchi italiani e internazionali di moda contemporanea a Milano in diverse location tutte in Zona Tortona. In basso, le creazioni di uno dei brand che verranno presentati nell'ambito della collaborazione tra [White](#) e Saudi 100 Brands della Saudi Fashion Commission





## White si rigenera e aggiunge il dopo salone Village

CULTURE EXHIBIT & BOOK 14 Settembre 2023

tempo di lettura: **1 min**

- [news precedente](#)

Con il vento in poppa sospinto dai valori della ricerca, creatività e sostenibilità, White riparte “rigenerata”, come ha precisato il fondatore della manifestazione Massimiliano Bizzi, ampliando la formula della fiera commerciale con la ideazione del Village, ovvero il “dopo salone” per creare condivisione, networking e aprirsi alla città. **Dal 22 al 25 settembre**, il Tortona Fashion District si animerà infatti dalle 18 alle 22 con eventi che danno voce alle aziende della filiera del tessile, grazie alla presenza di Albini che propone Regenerative Biofusion, e con argomenti come la tecnologia e l'intelligenza artificiale attraverso Mesmerise. Fra i 360 espositori, numerosi anche i brand di calzature, fra ritorni e new entry. La fiera riconferma il progetto Secret Rooms, cinque stanze dedicate ad altrettanti marchi fra cui Alberto Ciaschini che ha saputo attirare l'attenzione con le sue calzature femminili e ironiche dal tacco “a sigaretta”. Gli altri nomi sono la giapponese Risa Nakamura, Samanta Virginio Studio Panters e Toton. L'internazionalità della fiera è ribadita da Expo White che svela il potenziale dei creativi provenienti da Arabia Saudita, Armenia, Brasile e Sud Africa, oltre a una collettiva di 10 designer spagnoli. Naturalmente, non mancano nomi noti del panorama moda come Avant Toi, Stefano Mortari e Maria Calderara che ribadisce nelle sue creazioni il proprio legame con l'arte dialogando con le opere del pittore Antonio Scaccabarozzi.

La creatività sostenibile è avvalorata dai pezzi unici di Remué, dalle borse Gava, dalla wearable art del brand giapponese Bunzaburo, dalla designer portoghese Judy Sanderson, dai capi vintage di Frida, solo per citarne alcuni. Nello spazio openspace denominato Suk, fra gli espositori è presente anche Marianna Mazza con la sua collezione di calzature.





## da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di Bianco – Corriere.it – .

“Un calendario che rappresenta tutte le energie che la città è in grado di esprimere”. Così il presidente della Camera della Moda Carlo Capasa ha annunciato la prossima edizione della Milano Fashion Week, dal 19 al 25 settembre. Un’edizione realizzata con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Ice-Agenzia e Comune di Milano. Il presidente dell’Ice, Matteo Zoppascha parlato del Made in Italy come “simbolo globale del bello e del ben fatto” (con un +7,4% nell’export della moda) e Alessia Cappello, Assessore al Lavoro e Sviluppo Economico, ha ricordato come “la moda fa parte del DNA di Milano e genera un impatto economico significativo”. 67 sfilate, di cui 2 doppie, 72 presentazioni, 4 presentazioni su appuntamento e 33 eventi, per un totale di 176 appuntamenti. Per la prima volta sfileranno Avavav, Chiara Boni La Petite Robe, Karoline Vitto supportate da Dolce&Gabbana, Rave Review, The Attico e Tom Ford, il marchio dello stilista omonimo rilevato da Estee Lauder. Prima volta anche per le collaborazioni tra Max&Co con Sofia Sanchez De Betak Chufy Â«Souvenirs of LifeÂ», Weekend Max Mara con Arthur Arbesser, Marina Rinaldi con Mary Katrantzou. Debutti e ritorni: Aigner si rivedrà sulle passerelle. Riflettori puntati su Sabato De Sarno, direttore creativo di Gucci, su Peter Hawking da Tom Ford e Simone Bellotti da Bally.

Sarà la Fashion Week degli anniversari: 70 anni di Fratelli Rossetti, 40 anni di Moschino e 10 anni di Genny sotto la direzione creativa di Sara Cavazza Facchini. Tra gli eventi del 20 settembre ci sarà il lancio della Collezione Moncler x Pharrell Williams, mentre il 19 ci sarà il Breast Cancer Fashion Show per sensibilizzare sul tema del cancro al seno. Sempre il 19 tornano a Palazzo Marino i Who is Who Awards, giunti alla 23esima edizione: aspettando la mostra di Max Vadukul alle Gallerie d’Italia «Attraverso i suoi occhi – Forza senza tempoÂ» con i ritratti di Ludmilla Vornkina Bozzetti. Sullo sfondo c’è anche Milanocampagna, ripresa da Tassili Calatroni, con styling di Enrica La Monaca e realizzato tra Piazza Cordusio, Palazzo Broggi e Starbucks.

Nell’era dell’intelligenza artificiale, il bianco rilancia il valore dell’istinto. La campagna dell’artista Arash Rادpour che accompagnerà dal 22 al 25 il salone dedicato ai brand emergenti si ispira “a quello che ci dice il nostro stomaco”, come spiega **Massimiliano Bizzi**, l’ideatore di **White** che tra pochi giorni accoglierà circa 40 eccellenze lombarde della moda. Insieme ad altri 360 brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore: gli spazi diffusi in zona Tortona Fashion District saranno popolate da 20mila operatori del settore moda alla ricerca delle novità per la primavera-estate 2024. «Un plauso a chi 20 anni fa ebbe l’intuizione di creare uno spazio espositivo dedicato alle microimprese, spina dorsale del Made in Italy. Italia” ha commentato Barbara Mazzali, Assessore al Turismo e Grandi Eventi della Regione Lombardia.

Tra le novità di questa edizione il **White** Village, un “Fuori Salone” che ospiterà convegni, panel e workshop che svelerà il dietro le quinte della moda, con attività di intrattenimento aperte al pubblico e non solo agli operatori del settore. “Come Amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di **White** con l’obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero”, ha affermato Alessia Cappello, Assessore allo Sviluppo Economico e alle Politiche del Lavoro, Moda e Design del Comune di Milano che patrocina l’evento con il Ministero degli Affari Esteri e della



Cooperazione Internazionale, ICE e Confartigianato Imprese. **White** punta così a riconfermarsi come piattaforma di riferimento internazionale per aziende e vetrina delle nuove tendenze, mantenendo l'equilibrio tra Italia ed estero. E dopo il successo delle passate stagioni, tornano anche le Secret Rooms: 5 stanze in cui altrettanti talenti internazionali di nuova generazione faranno sfilare le collezioni. I designer sono stati selezionati dal team **White** guidato dal Direttore Generale Simona Severini: protagonisti Alberto Ciaschini (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (UK, di origini italo-americane), Studio Pansters (dai Paesi Bassi) e TOTON (Indonesia).







## Fashion Week, il calendario: da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di White

Milano Fashion Week, dal 19 al 25 settembre . Un'edizione con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di Ice-Agenzia e del Comune di Milano. Il presidente di Ice, Matteo Zoppas , ha parlato di Made in Italy come «simbolo globale di bello e ben fatto» (con un segno nell'export +7,4% per la moda) e Alessia Cappello, assessora al Lavoro e sviluppo economico, ha ricordato come «la moda fa parte del DNA di Milano e genera un significativo impatto economico». Ben 67 sfilate, di cui 2 doppie, 72 presentazioni, 4 presentazioni su appuntamento e 33 eventi, per un totale di 176 appuntamenti. Per la prima volta sfileranno Avavav, Chiara Boni La Petite Robe, Karoline Vitto supported by Dolce&Gabbana , Rave Review, The Attico e Tom Ford, il brand dell'omonimo stilista rilevato da Estee Lauder. Prima volta anche per le collaborazioni tra Max&Co con Sofia Sanchez De Betak Chufy «Souvenirs of Life», Weekend Max Mara con Arthur Arbesser, Marina Rinaldi con Mary Katrantzou. Debutti e ritorni: sulle passerelle si rivedrà Aigner. Riflettori puntati su Sabato De Sarno, alla direzione creativa di Gucci, su Peter Hawking da Tom Ford e Simone Bellotti da Bally.

Sarà la Fashion Week degli anniversari: i 70 anni di Fratelli Rossetti , i 40 anni di Moschino e i 10 anni di Genny sotto la direzione creativa di Sara Cavazza Facchini. Tra gli eventi il 20 settembre il lancio della Collezione Moncler x Pharrell Williams, mentre il 19 ci sarà il Breast Cancer Fashion Show per sensibilizzazione sul tema del cancro al seno. Sempre il 19 torna a Palazzo Marino il Chi è Chi Awards, giunto alla 23ª edizione: attesa per la mostra di Max Vadukul alle Gallerie d'Italia «Through her eyes - Timeless Strength » con ritratti di Ludmilla Vornkina Bozzetti. Milano è sullo sfondo anche della campagna, scattata da Tassili Calatroni, con lo styling di Enrica La Monaca e realizzata tra Piazza Cordusio, Palazzo Broggi e Starbucks.

Nell'era dell'intelligenza artificiale, il White rilancia il valore dell'istinto . La campagna dell'artista Arash Radpour che accompagnerà dal 22 al 25 l'esposizione dedicata ai marchi emergenti è ispirata «a quello che ci dice la pancia», come ha spiegato Massimiliano Bizzi, l'ideatore di White che tra pochi giorni accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion. Insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore: gli spazi diffusi nell'area del Tortona Fashion District si popoleranno di 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della primavera-estate 2024. «Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del Made in Italy» ha commentato Barbara Mazzali, Assessore a Turismo e Grandi Eventi di Regione Lombardia.

Tra le novità di questa edizione il White Village, un «Fuori salone» che ospiterà conferenze, panel, workshop che sveleranno il dietro le quinte della moda, con attività di intrattenimento aperte al pubblico e non solo agli operatori del settore. «Come amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di White con l'obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero», ha detto Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Moda e Design del Comune di Milano che patrocina l'evento con Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE e Confartigianato Imprese. White punta così a riconfermarsi come una piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze, mantenendo l'equilibrio tra Italia ed estero. E dopo il successo delle passate stagioni tornano anche le Secret Rooms: 5 stanze nelle quali altrettanti talenti



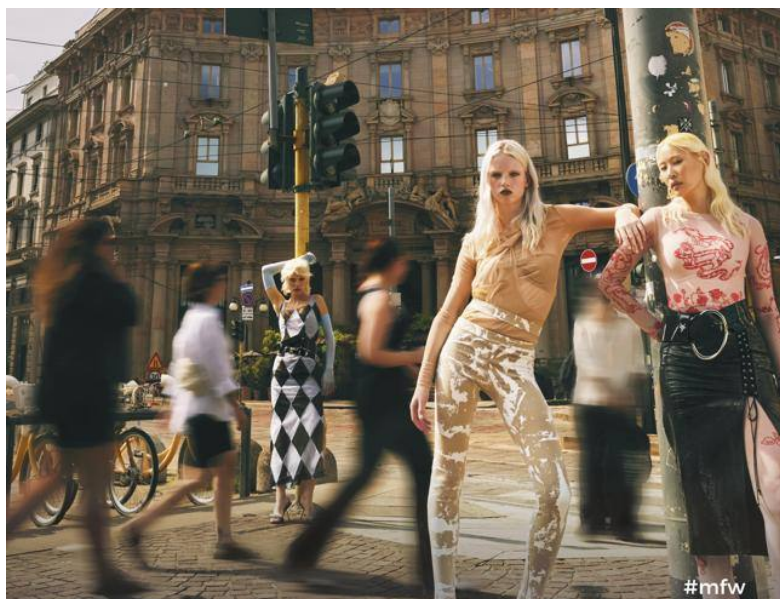
internazionali di nuova generazione mostreranno le collezioni. I designer sono stati selezionati dal team di **White** guidato dal General Manager Simona Severini: protagonisti Alberto Ciaschini (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (UK, di origine italo-americana), Studio Pansters (dall'Olanda) e TOTON (Indonesia).

Contenuto sponsorizzato





## da Gucci a Tom Ford, mostre e anniversari. Il ritorno di White - Corriere.it



Il Presidente della Camera della Moda Carlo Capasa ha presentato la prossima edizione della Milano Fashion Week: «la moda mette in campo le energie migliori della città». Dal 22 al 25 il White, dedicato ai marchi emergenti

«Un calendario che rappresenta tutte le energie che la città è in grado di esprimere». Così il presidente della Camera della moda Carlo Capasa ha annunciato la prossima edizione della Milano Fashion Week, dal 19 al 25 settembre. Un'edizione con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di Ice-Agenzia e del Comune di Milano. Il presidente di Ice, Matteo Zoppas, ha parlato di Made in Italy come «simbolo globale di bello e ben fatto» (con un segno nell'export +7,4% per la moda) e Alessia Cappello, assessora al Lavoro e sviluppo economico, ha ricordato come «la moda fa parte del DNA di Milano e genera un significativo impatto economico». Ben 67 sfilate, di cui 2 doppie, 72 presentazioni, 4 presentazioni su appuntamento e 33 eventi, per un totale di 176 appuntamenti. Per la prima volta sfileranno Avavav, Chiara Boni La Petite Robe, Karoline Vitto supported by Dolce&Gabbana, Rave Review, The Attico e Tom Ford, il brand dell'omonimo stilista rilevato da Estee Lauder. Prima volta anche per le collaborazioni tra Max&Co con Sofia Sanchez De Betak Chufy «Souvenirs of Life», Weekend Max Mara con Arthur Arbesser, Marina Rinaldi con Mary Katrantzou. Debutti e ritorni: sulle passerelle si rivedrà Aigner. Riflettori puntati su Sabato De Sarno, alla direzione creativa di Gucci, su Peter Hawking da Tom Ford e Simone Bellotti da Bally.

Sarà la Fashion Week degli anniversari: i 70 anni di Fratelli Rossetti, i 40 anni di Moschino e i 10 anni di Genny sotto la direzione creativa di Sara Cavazza Facchini. Tra gli eventi il 20 settembre il lancio della Collezione Moncler x Pharrell Williams, mentre il 19 ci sarà il Breast Cancer Fashion Show per sensibilizzazione sul tema del cancro al seno. Sempre il 19 torna a Palazzo Marino il Chi è Chi Awards, giunto alla 23ª edizione: attesa per la mostra di Max Vadukul alle Gallerie d'Italia «Through her eyes - Timeless

Strength» con ritratti di Ludmilla Vornkina Bozzetti. Milano è sullo sfondo anche della campagna, scattata da Tassili Calatroni, con lo styling di Enrica La Monaca e realizzata tra Piazza Cordusio, Palazzo Broggi e Starbucks.

Nell'era dell'intelligenza artificiale, il **White** rilancia il valore dell'istinto. La campagna dell'artista Arash Radvour che accompagnerà dal 22 al 25 l'esposizione dedicata ai marchi emergenti è ispirata «a quello che ci dice la pancia», come ha spiegato **Massimiliano Bizzi**, l'ideatore di **White** che tra pochi giorni accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion. Insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore: gli spazi diffusi nell'area del Tortona Fashion District si popoleranno di 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della primavera-estate 2024. «Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del Made in Italy» ha commentato Barbara Mazzali, Assessore a Turismo e Grandi Eventi di Regione Lombardia.

Tra le novità di questa edizione il **White Village**, un «Fuori salone» che ospiterà conferenze, panel, workshop che sveleranno il dietro le quinte della moda, con attività di intrattenimento aperte al pubblico e non solo agli operatori del settore. «Come amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di **White** con l'obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero», ha detto Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Moda e Design del Comune di Milano che patrocina l'evento con Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE e Confartigianato Imprese. **White** punta così a riconfermarsi come una piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze, mantenendo l'equilibrio tra Italia ed estero. E dopo il successo delle passate stagioni tornano anche le Secret Rooms: 5 stanze nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le collezioni. I designer sono stati selezionati dal team di **White** guidato dal General Manager Simona Severini: protagonisti Alberto Ciaschini (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (UK, di origine italo-americana), Studio Pansters (dall'Olanda) e TOTON (Indonesia).

9 settembre 2023 (modifica il 9 settembre 2023 | 10:50)

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Milano Fashion Week/2

# Al White i nuovi marchi «Qui vince l'istinto»

Nell'era dell'intelligenza artificiale, il White rilancia il valore dell'istinto. La campagna dell'artista Arash Rappour che accompagnerà dal 22 al 25 l'esposizione dedicata ai marchi emergenti è ispirata «a quello che ci dice la pancia», come ha spiegato Massimiliano Bizzi, l'ideatore di White che tra pochi giorni accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion. Insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore: gli spazi diffusi nell'area del Tortona Fashion District si popoleranno di 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della primavera-estate 2024.

«Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del Made in Italy» ha commentato Barbara Mazzali, Assessore a Turismo e Grandi Eventi di Regione Lombardia. Tra le novità di questa edizione il White Village, un «Fuori salone» che ospiterà conferenze, panel, workshop che

sveleranno il dietro le quinte della moda, con attività di intrattenimento aperte al pubblico e non solo agli operatori del settore. «Come amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di White con l'obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero», ha detto Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Moda e Design del Comune di Milano che patrocina l'evento con Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Interna-

zionale, ICE e Confartigianato Imprese. White punta così a riconfermarsi come una piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze, mantenendo l'equilibrio tra Italia ed estero. E dopo il successo delle passate stagioni tornano anche le Secret Rooms: 5 stanze nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le collezioni. I designer sono stati selezionati dal team di White guidato dal General Manager Simona Severini: protagonisti Alberto Ciaschi-

ni (Italia), Risa Nakamura (Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (UK, di origine italo-americana), Studio Pansters (dall'Olanda) e TON (Indonesia).

**M. Pro.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



► 9 settembre 2023



Nuovi talenti Una creazione di Samanta Virginio (UK) al [White](#)





## Moda, Mazzali: “A White in mostra 40 eccellenze lombarde, una vetrina verso l’olimpico del fashion”

La moda italiana non è fatta solo di grandi marchi, ma anche di tante piccole e medie aziende artigiane che, con la loro sapienza e cura del dettaglio, fanno grande il Made in Italy nel mondo. Lo ha ribadito **Barbara Mazzali**, assessore a Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia, nel corso del suo intervento alla conferenza stampa di presentazione di **White**, a Palazzo Reale di Milano. La nuova edizione del 'content show' dedicato ai nuovi trend donna prêt-à-porter della stagione primavera-estate 2024, intitolata quest'anno '**White Show-Sign of the Times**', è in programma da venerdì 22 a lunedì 25 settembre nell'ambito della **Milano Fashion week**, negli spazi diffusi del Tortona Fashion District. "Tra pochi

giorni White accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion che, insieme a 350 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore", ha ricordato **Mazzali**. "Novità di questa edizione - ha aggiunto - il '**White Village**', un vero 'Fuori salone' che ospiterà conferenze, panel, workshop e tante attività che sveleranno il magico ma duro lavoro 'dietro le quinte' della moda". Nato da un'idea di **Massimiliano Bizzi**, White da oltre un ventennio rappresenta una vetrina internazionale dedicata a collezioni prêt-à-porter di marchi italiani e internazionali, selezionati attraverso un meticoloso lavoro di ricerca. Si tratta di uno degli eventi dei più rilevanti e dinamici durante le Milano Fashion Week, in grado di attirare numerosi buyer,

addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto

il mondo. Anche in questa edizione il Dna di **White Show** sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come piattaforma di riferimento per la ricerca stilistica e vetrina delle nuove tendenze presentando in anteprima le collezioni di oltre 350 brand. Digitalizzazione, nuove tecnologie, innovazione responsabile, progettazione sostenibile e intelligenza artificiale, ma anche installazioni, attivazioni digitali, cocktail event con Dj set, saranno invece i temi e le attrazioni che animeranno il '**White Village**', evento 'fuori salone' di **White**. Le Settimane della Moda Milanese possono vantare più di **92 miliardi di euro di entrate e 80 miliardi di valore export**. **White** si posiziona all'interno di

un forte ecosistema composto da più di 12.000 aziende della moda e quasi 90.000 operatori del fashion che partecipano ogni anno alla Milano Fashion Week.

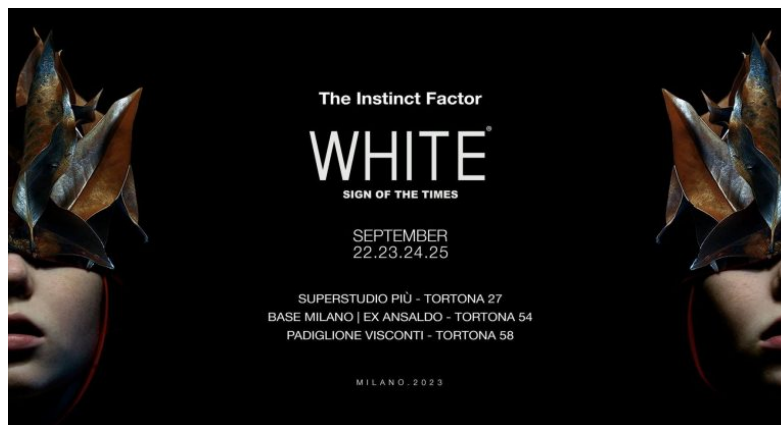
**Pag. 37**





## White : Segno dei tempi

DaLa Redazione



7 settembre 2023

7

La Fashion Week Milanese non è solo le sfilate dei grandi marchi protagonisti della scena internazionale della Moda; realtà come **White** sono realtà ugualmente importanti come lo ha ribadito **Barbara Mazzali**, assessore a Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia, nel suo intervento a Palazzo Reale di Milano alla conferenza stampa di presentazione dell'edizione dedicata alle nuove tendenze per la P/E 2024, edizione intitolata '**White Show-Sign of the Times**', in programma da venerdì 22 a lunedì 25 settembre negli spazi a disposizione nel Tortona Fashion District.

**WHITE** Milano è un spazio espositivo in grado di raccogliere intorno a sé marchi di abbigliamento femminile nazionali e internazionale. Si svolge, fin dalla sua fondazione 20 anni fa, con il patrocinio del Comune di Milano, il supporto di MAECI – Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionali, di ICE – Italian Trade Agency, in partnership con Confartigianato Imprese. Unico nel suo genere è uno degli eventi più rilevanti e dinamici durante le Milano Fashion Week, in grado di attirare numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore moda provenienti da tutto il mondo. **WHITE** mostra una visione d'avanguardia per quanto riguarda l'innovazione, lo stile e le tendenze; si propone di migliorare i contatti tra mercato ed entità creative provenienti da tutto il mondo, come contenitore di progetti innovativi, capace di offrire una selezione accurata di marchi sostenibili, maison affermate, designer sperimentali e startup di nuova generazione.

La presente edizione presenterà circa 400 marchi, di cui 40 sono lombardi ci ha tenuto a ribadire Barbara Mazzali nella conferenza stampa di presentazione segnalando inoltre la novità di questa edizione il '**White Village**', un vero 'Fuori salone' che ospiterà conferenze, panel, workshop.



**DAL 22 AL 25**

## **“White Milano” al Tortona Fashion District Tutte le tendenze primavera-estate 2024**

Da venerdì 22 a lunedì 25 settembre, gli spazi diffusi nell'area del Tortona Fashion District si popoleranno degli attesi circa 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della stagione primavera-estate 2024.

White Milano è ormai uno degli eventi più rilevanti e dinamici promossi durante le Milano Fashion Week, che fin dagli esordi è riuscito ad attrarre numerosi buyer, addetti stampa e ope-

operatori del settore provenienti da tutto il mondo. Il Dna di White, si legge nel comunicato di presentazione della manifestazione, «sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze presen-

tando in anteprima le collezioni di oltre 360 brand mantenendo l'equilibrio tra le aziende italiane e quelle invece provenienti dall'estero (un perfetto 50% per entrambe le suddivisioni)».

White ha ottenuto ancora il patrocinio del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari

Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAE-

CI), di ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e con la partnership di Confartigianato Imprese. Un rapporto consolidato che dura da molte edizioni e che favorisce nei giorni della manifesta-

zione l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera che aumentano in percentuale stagione dopo stagione. White, inoltre, espande i propri format lanciando il “White Village”.

Si tratta del primo esempio di “fuori salone” realizzato durante la set-

timana della moda, che ha come mission la condivisione, il networking e la creazione di progetti in grado di intercettare le trasformazioni in corso nella società. Durante tutte le giornate di White, dal 22 al 25 settembre, nelle location del Tortona fashion district, il White Village svilupperà una serie di attività di intrattenimento e potenziamento del business, dalle 18 alle 22, aperte al pubblico della città e non solo agli operatori del settore.



## **White lancia il «fuorisalone» della moda. E potenzia il suo lato internazionale**

Non solo stand ed eventi per presentare le collezioni P-E 24 di designer italiani o stranieri. Ma anche un inedito contesto dedicato alla città: il **White** Village. È questa la novità relativa all'edizione di **White** Sign of the Times, salone dedicato alla moda contemporary e di ricerca fondato nel 2000 da **Massimiliano Bizzi** e **Brenda Bellei**, che torna a Milano, sempre nel Tortona Fashion & Design District, dal 22 al 25 settembre con 360 aziende tra italiane e straniere, nel complesso il 20% in più rispetto all'edizione di febbraio. «Milano continua a essere molto attrattiva, come dimostrano i numeri degli espositori tornati oltre i livelli pre Covid, – spiega **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** – e per questo abbiamo pensato di creare uno spazio che chiamerei “dopo salone” aperto al pubblico e non solo agli operatori. Immagino una città piena di gente che “vive” la moda».

Il progetto è condiviso con il Comune di Milano – che da sempre patrocina la manifestazione, sostenuta anche da Ice e Confartigianato Imprese- nell'ottica di fare leva su un settore strategico per Milano: «Per Milano la moda significa lavoro, viste le 11mila imprese del comparto che hanno sede qui, ma anche turismo e prestigio – ha spiegato l'assessora Alessia Cappello, titolari di sviluppo economico, politiche del lavoro e moda -. La fashion week di febbraio ha generato un indotto di circa 70 milioni per la città e le aspettative per settembre sono alte. Il **White** Village, poi, ritengo sia un modo non convenzionale per coinvolgere i cittadini e far conoscere l'unicità del made in Italy». Attirando, magari, qualche giovane talento.

Tra le sfide chiave del settore, infatti, c'è quello di formare nuove leve, da inserire anche nelle piccole realtà: «La moda italiana non è fatta solo di grandi marchi, ma anche di tante piccole e medie aziende artigiane», ha detto Barbara Mazzali, assessore a turismo, marketing territoriale e moda di Regione Lombardia. Che ha sottolineato la necessità di un'iniezione di nuova linfa anche sul piano creativo: «I talenti emergenti vanno sostenuti. Noi abbiamo appena lanciato un programma di accelerazione per le Pmi della moda e del design che va proprio in questo senso e ora siamo in attesa dei progetti».

Nell'edizione di settembre **White** esploderà anche la sua anima internazionale con la piattaforma **White** Expo pensata da un lato per la promozione di talenti da paesi come l'Arabia Saudita, l'Armenia e il Sudafrica e dall'altro come ponte con i compratori di quegli stessi mercati, spesso difficili da raggiungere. I compratori attesi, intanto, in questa edizione sono circa 20 mila.

Fonte: **Il Sole 24 Ore**





## White Milano: novità in arrivo per la nuova edizione



- HUB Style
- /
- White Mila...

Durante la Milano Fashion Week, dal **22 al 25 settembre**, la città sarà protagonista di un altro importante appuntamento per il mondo della moda: White Milano.

Tra le novità di questa nuova edizione il White Village. Una serie di eventi, ad accesso libero, che animeranno le main location di **via Tortona**, in particolar modo **MUDEC**, **Padiglione Visconti**, **SuperStudio** e WHITE Bistrot presso **PHYD**, per coinvolgere un pubblico più ampio e le aziende del settore.

*“Sono davvero orgoglioso di poter annunciare la nascita di un progetto nel quale da tempo ho sempre creduto: l’apertura di una parte di White alla città di Milano. Insieme ad un team dedicato abbiamo lavorato alla realizzazione di un “dopo salone” che desse voce alle aziende della filiera del tessile puntando su argomenti come l’intelligenza artificiale, la tecnologia, ma anche la cultura e, non ultimo, la valorizzazione delle eccellenze artigianali italiane, il tutto con un approccio diverso, con caratteristiche “entertainment”, afferma **Massimiliano Bizzi**, founder di White.*

White Milano: tra i progetti

Il **20 settembre** presso la storica location di **Palazzo Serbelloni**, in uno spazio di **1.000 metri quadrati**, White Milano sarà nuovamente la vetrina per il progetto **Saudi 100 Brands**. Un’iniziativa della Saudi Fashion Commission che incoraggia e celebra le opportunità per i designer del **Regno dell’Arabia Saudita**, con delle aree dedicate a ciascun brand.

Tra i pionieri del movimento della moda saudita: **Agmarat**, **AlMaha Designs**, **Dananeer**, **Dar Bella Fashion Huose**, **Ivori Fashion**, **Mona AIShebil**, **Rosa Canina**, **The Naqadis** e **The untitled project**.

A loro si unirà un gruppo di designer emergenti tra cui **35 Design**, **JF**, **Khhras by Shamma**, **Noura Alghilaisi**, **Reham Nassier** e **Samar Nasraldin**.



Il tutto sarà completato da uno speciale pop-up store allestito presso il luxury retailer di 10 Corso Como Milano.

*“Abbiamo organizzato un altro incredibile e ricco programma di eventi per mettere in luce i marchi sauditi durante la Settimana della Moda di Milano. Quest’anno la vetrina sarà molto più coinvolgente, consentendo alla comunità globale della moda di incontrare e scoprire i talenti del Regno. Non vediamo l’ora di accogliere vecchi e nuovi sostenitori da tutto il mondo per scoprire ciò che la moda saudita ha da offrire”,* afferma **Burak Cakmak**, ceo della **Saudi Fashion Commission**.

Durante il salone sarà presente anche una selezione di dieci designer spagnoli. Questa iniziativa nasce dalla collaborazione tra **White** e Icxex España Exportación, avviata nel settembre del 2017 e che continua tutt’oggi per promuovere le realtà spagnole a livello internazionale.

I talenti spagnoli presenti saranno: **Chie Mihara, Clo Madrid, Flabelus, JCPajares, Lavina Peswani, Lola Casademunt, Lola Cruz, Pahiesa Formentera, Surkana e Yerse**.

Lounge, la location dedicata alla collaborazione tra **White** e Scale7. Uno spazio per imprenditrici e imprenditori innovativi in **Qatar**. Lanciato nel **2021** da Fta, Fashion technology accelerator, l’acceleratore di startup fashion tech con base a Milano, che ha come obiettivo creare e sviluppare un ecosistema nell’industria nei settori della moda, design e tecnologia.

I **dieci designer** che esporranno nella lounge saranno **Dana Riad, Drizzle, Fursan, Harlienz, Hissa Haddad, Irreplaceable, Lin, Morpholio, Jwahr e Maryam Al Darwish**.

*“Il lavoro di scouting del team commerciale di **White**, del quale sono a capo si fonda principalmente sulla valorizzazione del talento creativo. Come si crea un brand mix di qualità? Andando alla fonte, visitando gli atelier degli artigiani, in qualsiasi parte del mondo, non solo nelle principali capitali della moda, ma nelle città meno frequentate di paesi remoti, che spesso svelano talenti”,* ha osservato **Simona Severini**, general manager di **White**.





## White lancia il «fuorisalone» della moda. E potenzia il suo lato internazionale



Servizio **VERSO LA FASHION WEEK**

Il salone in zona Tortona si terrà dal 22 al 25 settembre con 360 brand italiani e stranieri. Debutta il **White** Village, aperto al pubblico dalle 18 alle 22

di Marta Casadei

6 settembre 2023



2' di lettura

Non solo stand ed eventi per presentare le collezioni P-E 24 di designer italiani o stranieri. Ma anche un inedito contesto dedicato alla città: il **White** Village. È questa la novità relativa all'edizione di **White** Sign of the Times, salone dedicato alla moda contemporary e di ricerca fondato nel 2000 da **Massimiliano Bizzi** e **Brenda Bellei**, che torna a Milano, sempre nel Tortona Fashion & Design District, dal 22 al 25 settembre con 360 aziende tra italiane e straniere, nel complesso il 20% in più rispetto all'edizione di febbraio. «Milano continua a essere molto attrattiva, come dimostrano i numeri degli espositori tornati oltre i livelli pre Covid, - spiega **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** - e per questo abbiamo pensato di creare uno spazio che chiamerei “dopo salone” aperto al pubblico e non solo agli operatori. Immagino una città piena di gente che “vive” la moda».

Il progetto è condiviso con il Comune di Milano - che da sempre patrocina la

manifestazione, sostenuta anche da Ice e Confartigianato Imprese- nell'ottica di fare leva su un settore strategico per Milano: «Per Milano la moda significa lavoro, viste le 11mila imprese del comparto che hanno sede qui, ma anche turismo e prestigio - ha spiegato l'assessora Alessia Cappello, titolari di sviluppo economico, politiche del lavoro e moda -. La fashion week di febbraio ha generato un indotto di circa 70 milioni per la città e le aspettative per settembre sono alte. Il **White** Village, poi, ritengo sia un modo non convenzionale per coinvolgere i cittadini e far conoscere l'unicità del made in Italy». Attirando, magari, qualche giovane talento.

Tra le sfide chiave del settore, infatti, c'è quello di formare nuove leve, da inserire anche nelle piccole realtà: «La moda italiana non è fatta solo di grandi marchi, ma anche di tante piccole e medie aziende artigiane», ha detto Barbara Mazzali, assessore a turismo, marketing territoriale e moda di Regione Lombardia. Che ha sottolineato la necessità di un'iniezione di nuova linfa anche sul piano creativo: «I talenti emergenti vanno sostenuti. Noi abbiamo appena lanciato un programma di accelerazione per le Pmi della moda e del design che va proprio in questo senso e ora siamo in attesa dei progetti».

Nell'edizione di settembre **White** esploderà anche la sua anima internazionale con la piattaforma **White** Expo pensata da un lato per la promozione di talenti da paesi come l'Arabia Saudita, l'Armenia e il Sudafrica e dall'altro come ponte con i compratori di quegli stessi mercati, spesso difficili da raggiungere. I compratori attesi, intanto, in questa edizione sono circa 20 mila.





## White Milano (dal 22 al 25 settembre) cresce nel format e inaugura il "village"



moda

Oggi

La manifestazione si svolgerà dal 22 al 25 settembre nell'area diffusa del Tortona Fashion District



Bruno Ansani

Email:

[bruno.ansani@ievve.com](mailto:bruno.ansani@ievve.com)

MILANO - Da **venerdì 22 a lunedì 25 settembre**, gli spazi diffusi nell'area del **Tortona Fashion District** si popoleranno degli attesi circa 20.000 operatori del settore moda alla ricerca delle novità della stagione primavera-estate 2024. **White Milano** è ormai uno degli eventi più rilevanti e dinamici promossi durante le **Milano Fashion Week**, che fin dagli esordi è riuscito ad attrarre numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo.



Il Dna di **White**, si legge nel comunicato di presentazione della manifestazione, «sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come **piattaforma internazionale di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze** presentando in anteprima le collezioni di oltre **360 brand** mantenendo l'equilibrio tra le aziende italiane e quelle invece provenienti dall'estero (un perfetto 50% per entrambe le suddivisioni)».

**White** ha ottenuto ancora il **patrocinio** del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e con la partnership di Confartigianato Imprese. **Un rapporto consolidato che dura da molte edizioni** e che favorisce nei giorni della manifestazione l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera che aumentano in percentuale stagione dopo stagione.





**White**, inoltre, espande i propri format lanciando il “ **White Village**”. Si tratta del primo esempio di “fuori salone” realizzato durante la settimana della moda, che ha **come mission la condivisione, il networking e la creazione di progetti** in grado di intercettare le trasformazioni in corso nella società. Durante tutte le giornate di **White**, dal 22 al 25 settembre, nelle location del Tortona fashion district, il **White Village** svilupperà una serie di attività di intrattenimento e potenziamento del business, dalle 18 alle 22, aperte al pubblico della città e non solo agli operatori del settore.

#### **IL VILLAGE**

In un'epoca digitalizzata e in continuo mutamento, la moda non può fare a meno di evolversi e diventare **strumento per veicolare contenuti culturali**, fare da punto d'incontro e aggregatore di una vivace e stimolante community. Nasce così il **WHITE Village**, il primo “dopo salone” organizzato durante la Milano Fashion Week, che ha come missione la condivisione, il networking e la creazione di progetti in grado di coinvolgere - in maniera fresca e leggera - un ampio pubblico e le aziende del settore



tessile mentre si condividono pareri e informazioni sullo sviluppo e l'applicazione delle innovazioni sostenibili.

Dal 22 al 25 settembre, durante le giornate d'esposizione di WHITE Show, a partire dalle ore 18, il WHITE VILLAGE aprirà alla città i suoi spazi offrendo varie attività. **Gli eventi, ad accesso libero, verranno organizzati in maniera diffusa per animare le main location di Via Tortona, principalmente MUDEC, Padiglione Visconti, SuperStudio e WHITE Bistrot presso PHYD.** Per la prima volta la moda si presenterà in maniera inclusiva grazie ad un grande contenitore all'interno del quale convivranno molteplici aspetti, culturali e di intrattenimento, con uno sguardo rivolto alle nuove generazioni.

QUI TUTTO IL PROGRAMMA





## Regione Lombardia: “A White in mostra 40 eccellenze del territorio”



06 Set 2023

Posted by Gualfrido Galimberti

MILANO – La moda italiana non è fatta solo di grandi marchi, ma anche di tante piccole e medie aziende artigiane che, con la loro sapienza e cura del dettaglio, fanno grande il Made in Italy nel mondo. Lo ha ribadito Barbara Mazzali, assessore a Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia, nel corso del suo intervento alla conferenza stampa di presentazione di White, martedì 5 settembre, a Palazzo Reale di Milano.

La nuova edizione del ‘content show’ dedicato ai nuovi trend donna prêt-à-porter della stagione primavera-estate 2024, intitolata quest’anno ‘White Show-Sign of the Times’, è in programma da venerdì 22 a lunedì 25 settembre nell’ambito della Milano Fashion week, negli spazi diffusi del Tortona Fashion District.

“Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l’intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del nostro Made in Italy”, ha dichiarato Mazzali, ringraziando l’ideatore di ‘White’, **Massimiliano Bizzi**, “per il grande lavoro di ricerca per costruire ogni edizione”. “Dal palcoscenico di ‘White’ infatti – ha proseguito l’assessore – sono partiti moltissimi brand sconosciuti, che, grazie a questa vetrina, hanno raggiunto l’Olimpo della moda”.

“Tra pochi giorni White accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion che, insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si presenteranno ai migliori buyer esteri e operatori del settore”, ha ricordato Mazzali.

“Novità di questa edizione – ha aggiunto – il ‘White Village’, un vero ‘Fuori salone’ che ospiterà conferenze, panel, workshop e tante attività che sveleranno il magico ma duro lavoro ‘dietro le quinte’ della moda”.

Nato da un’idea di **Massimiliano Bizzi**, White da oltre un ventennio rappresenta una vetrina internazionale dedicata a collezioni prêt-à-porter di marchi italiani e internazionali. Tutti selezionati attraverso un meticoloso lavoro di ricerca. Si tratta di uno

degli eventi dei più rilevanti e dinamici durante le Milano Fashion Week. È in grado di attirare numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo.

Anche in questa edizione il Dna di **White** Show sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come piattaforma di riferimento per la ricerca stilistica. Nonché vetrina delle nuove tendenze presentando in anteprima le collezioni di oltre 360 brand.

Digitalizzazione, nuove tecnologie, innovazione responsabile, progettazione sostenibile e intelligenza artificiale. Ma anche installazioni, attivazioni digitali, cocktail event con Dj set. Saranno invece i temi e le attrazioni che animeranno il '**White** Village', evento 'fuori salone' di **White**.

Le Settimane della Moda Milanese possono vantare più di 92 miliardi di euro di entrate e 80 miliardi di valore export. **White** si posiziona all'interno di un forte ecosistema composto da più di 12.000 aziende della moda e quasi 90.000 operatori del fashion. Tanti sono coloro che partecipano ogni anno alla Milano Fashion Week.





## **White lancia il format del ‘dopo salone’ con il progetto Village**



Di Redazione6 Settembre 2023

La nuova edizione di **White Milano**, il tradeshow dedicato al womenswear internazionale scalda i motori. Per la stagione autunnale torna dal 22 al 25 settembre – contemporaneamente alla Fashion Week – nella cornice delle sue storiche location, dal **Superstudio Più**, al **Base** e al **Padiglione Visconti**, in zona Tortona. Una ripartenza che segna letteralmente un passo in avanti per **White Milano**, forte di una crescita organica che si lascia definitivamente alle spalle le criticità provocate dalla pandemia e torna ad accogliere ben 360 aziende italiane ed estere (+20% rispetto all'edizione di febbraio 2023), ma soprattutto presenta una serie di novità nel format.

“Sono molto fiero del lavoro fatto non solo per riprenderci, ma anche per rigenerarci. Debutteranno in questa edizione **White Village** e **Expowhite**. Il villaggio, come lo abbiamo definito, includerà una serie di attività tra workshop, panel, e conferenze volte all'intrattenimento e al potenziamento del business, sempre in scena dalle ore 18.00 alle 22.00, per avvicinare a **White** anche tutti i milanesi che non sono operatori del settore”, spiega **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director di **White Milano**. Expowhite, invece, è nato dalla volontà di favorire sempre più l'abbattimento delle barriere con altri Paesi, e favorire l'arrivo di nuove visioni creative da ogni aera geografica del mondo grazie all'inclusione di selezionati designer provenienti dall'Arabia Saudita, dall'Armenia, dal Brasile e dal Sudafrica.

La nuova edizione di **White Milano** – che avrà come tema “The Instinct Factor” e porrà dunque l'accento sull'importanza dell'istinto, dell'impulso naturale, reso concreto dalle immagini di campagna scattate dal fotografo e artista **Arash Radpour** – riconferma il progetto **Secrets Room**, nato dopo la pandemia, e che si sostanzia nella presenza di cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le proprie collezioni. I designer confermati, selezionati dopo un accurato scouting da parte del team guidato dal General manager di **White Simona Severini**, sono **Alberto Ciaschini** (dall'Italia), **Risa Nakamura** (dall'Italia, di origini giapponesi), **Samanta Virginio** (dall'UK, di origine italo-americana), **Studio Pansters** (dall'Olanda) e **TOTON** (dall'Indonesia).



Si rinnova anche il patrocinio del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), di ICE – Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane e con la partnership di Confartigianato Imprese. La centralità del supporto delle istituzioni favorisce nei giorni della manifestazione l'incoming dei buyer internazionali e della stampa estera che non solo aumentano in percentuale stagione dopo stagione, ma che rendono White Milano una vetrina prestigiosa per i creativi.



Saloni

# IL WHITE TORNA CON 360 AZIENDE E DÀ IL VIA AL FORMAT «VILLAGE»

**La fiera, dal 22 al 25 settembre, ospiterà il 20% di espositori in più rispetto all'ultima edizione. Come la design week, l'evento si apre alla città**

**S**e il design ha il suo **Fuori salone**, la moda d'ora in poi avrà il suo **Dopo salone**. Questa è la grande novità della nuova edizione del **White**, la fiera del fashion in programma dal 22 al 25 settembre nella capitale lombarda che quest'anno presenta il progetto **White Village**. Iniziativa che consentirà alla città di «vivere la moda durante la Milano fashion week», annuncia il founder della fiera **Massimiliano Bizzi**, durante la conferenza di presentazione a **Palazzo Reale**. «Abbiamo lavorato alla realizzazione di un dopo salone, che desse voce alle aziende della filiera del tessile puntando su argomenti come l'intelligenza artificiale, la tecnologia, ma anche la cultura e, non ultimo, la valorizzazione delle eccellenze artigianali italiane». Per questo, ad aprire la serie di appuntamenti serali che si snoderanno nelle location del **Tortona fashion district** dalle 18.00 alle 22.00, mimando moda, cibo, musica e arte, è l'evento di **Albini group**, storica azienda tessile berga-

masca da 180 milioni di fatturato nel 2022. La moda italiana non è soltanto creatività e stile, ma anche filiera e artigianalità. Mostrare la sostanza del Made in Italy, il suo valore non solo creativo ma anche materico, è uno degli obiettivi del **White**, oltre a quello di

raccontare i mestieri che rendono la filiera italiana un'eccellenza mondiale, rendendoli attrattivi agli occhi dei più giovani. Oltre 360 le aziende sia internazionali che italiane, circa il 20% in più rispetto all'ultima edizione, che parteciperanno alla manifestazione, vetrina per creativi e piazza di incontro con i buyer provenienti da tutto il mondo. Tornano anche **Expowhite**, la sezione dedicata a brand e designer esteri e **Secret Room**, le cinque stanze segrete nelle qua-



Un look Tonton 2024

li altrettanti talenti di nuova generazione mostrano le nuove collezioni. Attesi **Alberto Ciaschini**, **Risa Nakamura**, **Samanta Virginio**, **Studio Pansters** e **Tonton**. (riproduzione riservata)

**Michela Frau**



## **White torna ai numeri pre Covid e lancia il "dopo salone" Village**

**White** "> **White** scalda i motori della sua prossima edizione - che si terrà dal 22 al 25 settembre, come di consueto in piena Fashion Week donna di Milano - presentando alla stampa i numeri e le novità di questa stagione. Un'edizione che oltre a confermare il respiro sempre più internazionale del salone (circa il 50% degli espositori proviene dall'estero), segna il ritorno ai numeri pre-pandemia - con oltre 360 brand dislocati negli spazi di via Tortona 27, 54, 58 e Museo del Mudec - e circa 20.000 operatori del settore attesi.

La conferenza stampa di presentazione della prossima edizione di **White** - ph: Laura Galbiati

“Come fondatore di **White**, per me questa è un'edizione speciale. Il periodo del Covid è stato molto duro ed è stato difficile pensare a come ripartire. I numeri di oggi ci consentono di dire che ci siamo riusciti, abbiamo saputo ripensare il modo di fare salone e ritornare ai livelli di prima della pandemia. Sono molto fiero che il gruppo **White**, lavorando sodo, abbia saputo ripartire”, ha commentato aprendo la conferenza stampa **Massimiliano Bizzi** "> **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director di **White**. “Abbiamo il 20% di aziende in più rispetto all'edizione di febbraio, con un brand mix attentamente selezionato. Abbiamo cercato di tornare al nostro dna, che forse negli anni avevamo perso, creando al contempo un evento moderno, attraverso iniziative particolari”.

Una delle principali novità di questa stagione, infatti, è quella che **Bizzi** definisce un “dopo salone”, con un chiaro riferimento al Fuorisalone del design: “Da questa edizione **White** non chiuderà più alle 18.30, ma molto più tardi, perché alla sera apriremo i nostri spazi al grande pubblico, attraverso una serie di eventi pensati per far divertire e al contempo informare sul livello di innovazione sostenibile delle aziende del tessile. **White** Village vuole essere divertimento e cultura”.

Tra i protagonisti del palinsesto del Village, la storica azienda tessile Albini, che venerdì 22 dalle 18.30 sarà protagonista a SuperStudio dell'evento “Regenerative Future”, che avrà come focus il grande lavoro di ricerca del gruppo bergamasco e in particolare il suo Regenerative Biofusion, il primo cotone biologico, tracciabile e rigenerativo, che sarà esposto presso il **White** Garden.

“La moda si sta rigenerando, i consumatori cambiano. **White** Village è un modo per coinvolgerli e informarli, in maniera credibile. Parleremo di intelligenza artificiale, che secondo noi trasformerà il settore e potrebbe aiutarci a colmare il gap che abbiamo, ad esempio, con i grandi gruppi esteri”, ha commentato durante la conferenza Fabio Tamburini, CEO dell'azienda bergamasca. “Come Albini Group, ci impegniamo ogni giorno in questo ambito e siamo da sempre disposti a ricercare e dare vita a nuove possibilità, progetti e processi che ci permettano di ‘rigenerare’ il mondo della moda. Dalle materie prime al processo produttivo, vogliamo che i consumatori siano a conoscenza della spinta pionieristica che ci contraddistingue e che con le loro scelte diventino parte attiva di questa trasformazione”.

A confermare la vocazione internazionale del salone, tornerà il progetto Expo **White**, che nell'ambito dell'iniziativa Saudi 100 Brands (il programma della Fashion Commission che promuove cento fashion designer dell'Arabia Saudita), vedrà protagonisti al Padiglione Visconti una quarantina di brand, tra stilisti consolidati e designer emergenti.



Negli spazi della Daylight sveleranno invece le loro collezioni 10 creativi provenienti dall'Armenia, mentre la Fashion Firm SA presenterà 10 designer sudafricani. Infine, durante il salone sarà presente anche una selezione di 10 designer spagnoli, grazie alla collaborazione attiva dal 2017 con ICEX España Exportación e Inversiones.

Riconfermata anche l'iniziativa Secret Rooms: cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le nuove collezioni. I designer confermati sono stati selezionati dal team di **WHITE** "seguendo delle caratteristiche precise che favoriscono la creatività indipendente e il forte impatto estetico e concettuale". I nomi: Alberto Ciaschini (dall'Italia), Risa Nakamura (dall'Italia, di origini giapponesi), Samanta Virginio (dal Regno Unito, di origini italo-americane), Studio Pansters (dall'Olanda) e Toton (dall'Indonesia).

La prossima edizione di **White** è accompagnata dalla campagna "The Instinct Factor", affidata all'obiettivo del fotografo e artista Arash Radpour. "È una comunicazione incentrata sul concetto di istinto, di impulso naturale, che oggi a volte è un po' appesantito dalla razionalità. L'istinto per la moda è fondamentale, è ciò che guida gli acquisti. Nella campagna si esprime l'unione tra l'essere umano e qualcosa di fantastico, la nostra parte che non conosciamo più, e il concetto di riconnessione con la natura, con la nostra parte più selvaggia e istintiva", conclude **Bizzi**.

Copyright © 2023 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.







## Torna il White Milano e il Tortona District si anima con l'inedito format Village



Dal 22 al 25 settembre

05 September 2023

Facebook [White](#) Milano e il Tortona District si anima con l'inedito format Village" target="\_blank"> Twitter



Presentato oggi il nuovo palinsesto di White Milano, la rassegna internazionale di riferimento per le aziende della moda contemporary e vetrina delle nuove tendenze. Di scena dal 22 al 25 settembre nel Tortona District saranno presenti oltre 360 realtà italiane ed estere, con le novità per la SS24. Attesi circa 20mila operatori del settore.

La rassegna, che gode ancora una volta del patrocinio del **Comune di Milano** con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri** e della **Cooperazione Internazionale**, di **Ice** e vanta una partnership con **Confartigianato Imprese**, sarà ospitata nelle location di via Tortona 27, 54, 58 e al **Museo Mudec**.

Caratterizzata dal tema *The Instinct Factor*, che punta a rivalutare il valore dell'istinto primordiale in un'epoca dominata dall'intelligenza artificiale, il White gioca la carta del



nuovo format *Village*, «primo esempio – sottolinea una nota - di fuori salone realizzato durante la settimana della moda». La mission è la condivisione, il networking e la creazione di progetti in grado di intercettare le trasformazioni in corso nella società.

Previste dal 22 al 25 settembre nell'area del Tortona Fashion District una serie di attività di intrattenimento e potenziamento del business aperte al pubblico della città (non solo agli operatori del settore) con conferenze, panel e workshop.

Tra le sezioni presenti alla manifestazione viene riconfermato il progetto *Secret Rooms*, ossia cinque stanze segrete dedicate ad altrettanti talenti internazionali di nuova generazione. Stilisti scelti in base a un accurato scouting, mirato a premiare la creatività indipendente e l'impatto estetico e concettuale. I nomi da seguire saranno quelli dell'italiano **Alberto Ciaschini**, di **Risa Nakamura**, di origini giapponesi e basata in Italia, di **Samanta Virginio**, dal Regno Unito ma di origine italo-americana, di **Studio Pansters** dall'Olanda e di **Toton** dall'Indonesia.

In pista ancora una volta il concept *Expo White*, nato per favorire una comunicazione fluida tra il mercato e le realtà creative di tutto il mondo: designer e brand originari di Paesi lontani dai circuiti canonici della moda, come Arabia Saudita, Armenia, Brasile e Sudafrica.

A questo proposito Expo *White* sarà nuovamente la vetrina del progetto *Saudi 100 Brands*, programma della **Fashion Commission**, che promuove 100 stilisti dell'Arabia Saudita dei comparti abbigliamento, ready-to-wear, couture, cosmesi e accessori, che saranno presenti al Padiglione Visconti in via Tortona 58 dal 22 al 25 settembre in contemporanea con *White*.

Sotto la lente inoltre un gruppo di brand provenienti dall'Armenia, che porterà all'interno di *White*, negli spazi della *Daylight*, le collezioni moda prêt-à-porter di **Vahan Khachatryan**, **Loom Weaving**, **Kivera**, **Zgest**, **Dajeli**, **Zakaryan Jeans**, **Ananyan**, **Uhi Jewelry**, **Nikolyan** e **The Muse**.

Occhio anche ai 10 creativi sudafricani, i quali proporranno la loro idea di moda, con l'obiettivo di dialogare con nuovi mercati: da seguire **Abantu**, **Connade**, **Eg Jewellery**, **Floyd Avenue**, **Inga Atelier**, **Laani Raani**, **Sash South Africa**, **Sebilo Creations**, **ShweShweKini** e **Wanda Lephoto**.

Durante il salone sarà presente anche 10 designer spagnoli che partecipano in virtù della liaison con **Icex España Exportación** e **Inversiones**. Una colab partita nel settembre del 2017 e che continua tutt'oggi con nomi come **Chie Mihara**, **Clo Madrid**, **Flabelus**, **JCPajares**, **Lavina Peswani**, **Lola Casademunt**, **Lola Cruz**, **Pahiesa Formentera**, **Surkana** e **Yerse**.

Tra i vari spazi nel Tortona District sarà possibile vedere le collezioni di realtà che collaborano da anni con il *White*, affiancate a quelle di nomi nuovi, in un mix di realtà differenti unite dal filo conduttore della volontà di abbattere i confini geografici, superare le barriere anagrafiche e valorizzare il talento, con una grande attenzione alla sostenibilità.

Un tour tra le novità moda in cui spiccano realtà come **Mrs. Keepa**, **Mes Demoiselles Paris**, le borse di **Gava**, la nuova open innovation di **Gavazzeni**, il cui primo frutto è la *Vitto Bag*, la borsa che ricorda un cuscino.

Da non mancare la wearable art del brand giapponese **Bunzaburo** specializzato nello "shibori", le creazioni sostenibili della designer **Judy Sanderson** realizzate in Portogallo, la capsule collection eclettica e contemporanea di capi vintage di **Frida**, le proposte di **Maison Corinna Houdi**, tra lusso e street style, femminile e maschile.

Nel *Basement* tornano invece di scena i brand focalizzati sulla ricerca come **Costaia**,



marchio messicano che produce made-to-order e **Vuscichè**, con il suo guardaroba agender realizzato in tessuti locali recuperati.

Si rinnova inoltre la collaborazione con nomi di spicco per la lavorazione artigianale e sartoriale come **Avant Toi**, **Maria Calderara** e **Stefano Mortari** che saranno presenti nello spazio *Loft*, mentre la *Lounge*, dedicata alla collaborazione tra **White** e Scale7, incubatore di realtà moda e design fondato dalla **Qatar Development Bank (QDB)** in collaborazione con M7, si propone come spazio dedicato a designer, imprenditori e startup. Prevista la presenza dei designer **Dana Riad**, **Drizzle**, **Fursan**, **Harlienz**, **Hissa Haddad**, **Irreplaceable**, **Lin**, **Morpholio**, **Jwahr** e **Maryam Al Darwish**.

A completare l'offerta non mancheranno proposte di marchi dallo stile più giocoso e commerciale come i costumi e le t-shirt di **Mimi à la Mer**, l'abbigliamento greco di **Aether Coccu Resort** e quello coloratissimo e ricamato di **Xiwikj**.

Conferma infine la propria valenza strategica il progetto *Suk*, vetrina di una serie di brand con collezioni di piccole dimensioni ma dall'identità ben definita. Tra gli altri, le borse **WS&** e quelle di **Karla D'Oliveira**, i gioielli di **Midorj**, le calzature di **Marianna Mazza** e molti altri.

