

WHITE[®]
MILANO

TORTONA DISTRICT

23 . 24 . 25 . 26 SEPTEMBER

WHITE[®]
MILANO

**SIGN
OF
THE
TIMES**

WHITE | THE PROJECT

WHITE Milano è il tradeshow di riferimento per il **womenswear internazionale**, la **piattaforma omni-channel che connette i brand di ricerca e contemporary fashion al business**.

Un “contenitore” ricco di progetti e con una selezione accurata di brand all'avanguardia, maison consolidate, designer sperimentali e start-up innovative. Un crossover di arte, design, cultura e tecnologia, caratterizzati dall'esplorazione mirata dei nuovi linguaggi del fashion e allestimenti speciali ideati dal fondatore di WHITE Massimiliano Bizzi.

Oggi il VISUAL e il LAYOUT del salone si amplificano e si arricchiscono grazie alla DIREZIONE ARTISTICA di BEPPE ANGIOLINI, Ambassador e Direttore Creativo per il ritorno in presenza del salone a settembre.

WHITE è l'evento donna imperdibile nel cuore della Milano Fashion Week. Con forte capacità di informazione e comunicazione e networking internazionale, WHITE è oggi un **hub espositivo diffuso che si estende tra Via Tortona 27| Superstudio Più e Tortona 54 | Ex Ansaldo_ BASE**.

WHITE | DNA



WHITE è sperimentazione, capacità di anticipare e cogliere i cambiamenti della moda.

Offre valore aggiunto ai brand attraverso progetti dedicati di business e comunicazione.

Sostenibilità, innovazione e connessione diretta al business sono i keypoints identificativi di WHITE, valori apprezzati e condivisi dalla community internazionale di buyer e trendsetter.

WHITE | SEEN AT WHITE



STELLA JEAN // FALIERO SARTI
UMA WANG // SOPHIE D'HOORE
PAULA CADEMARTORI // MARC LE BIHAN
PIERRE-LOUIS MASCIA // TOGA PULLA
SHU SHU TONG // AMINA MUADDI
HENRIK VIBSKOV // AALTO // YOHANIX
GOLDEN GOOSE // GUIDI
ANN DEMEULEMEESTER // NANA-NANA
AF VANDERVOST // PIPATCHARA
DI LIBORIO // STEFANO MORTARI
VAVA EYEWEAR // GCDS
LÆRKE ANDERSEN // COMEFORBREAKFAST
FRANCESCO SCOGNAMIGLIO // MAISON MARTIN
MARGIELA // PATAGONIA // ADIDAS // FIORUCCI //
MARCO RAMBALDI

And more...

WHITE | SPECIAL EVENTS



Fashion show inseriti nel calendario ufficiale della Milano Fashion Week, installazioni speciali, eventi e art performance.

WHITE | MEDIA POWER



MEDIA COVERAGE

L'intenso e costante lavoro dell'ufficio comunicazione di WHITE garantisce una copertura mediatica a livello internazionale, che si traduce in un valore aggiunto per tutte le aziende che sono parte dei progetti di WHITE.

KPI MEDIA ANNO 2020

774 | Numero degli articolo prodotti

29,6 Million | Numero dei lettori raggiunti

3.540.000 € | Valore Totale del Media Coverage

155.000 | Followers su nostri social



NEXT EDITION
23 - 26 SETTEMBRE 2021

WHITE[®]
MILANO

**SIGN
OF
THE
TIMES**

WHITE | 23 - 26 SETTEMBRE 2021



**Crossover di nuovi linguaggi |
arte, design, cultura e tecnologia**

2 Location

- Tortona 27 | Superstudio Più
- Tortona 54 | Base Milano Ex Ansaldo



250 brand (secondo normative di sicurezza Covid 19)

- brand selezionati
- realtà sostenibili
- progetti speciali
- sezioni dedicate



Visitatori

- **oltre 20.000** visitatori
- **35%** buyer esteri
- **65%** Operatori del settore, stampa, fashion insider

WHITE | THE NEW EXPERIENCE



Alla guida del **nuovo progetto creativo di WHITE** sarà **Beppe Angiolini**, che insieme a Massimiliano Bizzi, svilupperà un percorso di allestimento giocato sulle diverse tonalità e sfumature di bianco.

WHITE VIBES segna il ritorno a un concetto di essenzialità, sperimentazione in cui dialogano moda e design: tutti elementi che saranno presenti nella nuova immagine del salone di settembre e coinvolge materiali diversi.

WHITE | THE NEW EXPERIENCE



Dichiara **Beppe Angiolini, founder di SUGAR:**
“Il paradigma dei negozi post pandemia è destinato a modificarsi ed evolvere. È emersa una grande voglia di novità, i retailer devono tornare a fare ricerca per ritrovare identità sempre più forti con le proprie scelte di stile. Sono felice di poter lavorare con WHITE proprio perché rappresenta la piattaforma di riferimento per la ricerca e le PMI, nonché una vetrina importante di supporto al Made in Italy. Con Massimiliano lavoreremo sul concetto dei toni del bianco, un ingrediente fondamentale nella cultura della moda con cui creeremo un layout inaspettato e un’immagine timeless”.

WHITE | OMNI-CHANNEL APPROACH

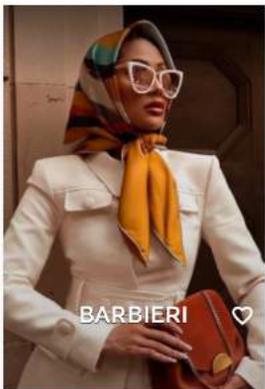


CROSS MEDIA SERVICES

Un servizio digitale a 360 gradi capace di offrire servizi evoluti che spaziano dal content creation all'editing della collezione, fino alla vendita su piattaforma digitale B2B.

B2B

WHITE offre una delle piattaforme B2B più avanzate sul mercato, utilizzata già da brand e cluster di buyer accreditati da tutto il mondo.



DIGITAL ROOMS

Studi attrezzati con tecnologie avanzate dove i brand potranno creare foto e video contenuti, per valorizzare il proprio storytelling sulle proprie piattaforme e su quelle di WHITE o eventuali altri publisher o e-commerce

WHITE | FOCUS ON



CONTEMPORARY MAKERS

Creazioni di nuova generazione, attente all'immagine del prodotto: il Made in Italy del futuro.



SOSTENIBILITÀ

L'innovazione sostenibile in cui l'etica convive con l'estetica.



SHOES

Il meglio della calzatura tra nomi storici e novità.



BEACHWEAR

Collezioni per riscoprire il sapore dell'estate e la voglia di viaggi al mare.

WHITE | THE HOUSE OF BUYERS



INTERNATIONAL BUYERS PLAN IMPLEMENTATION

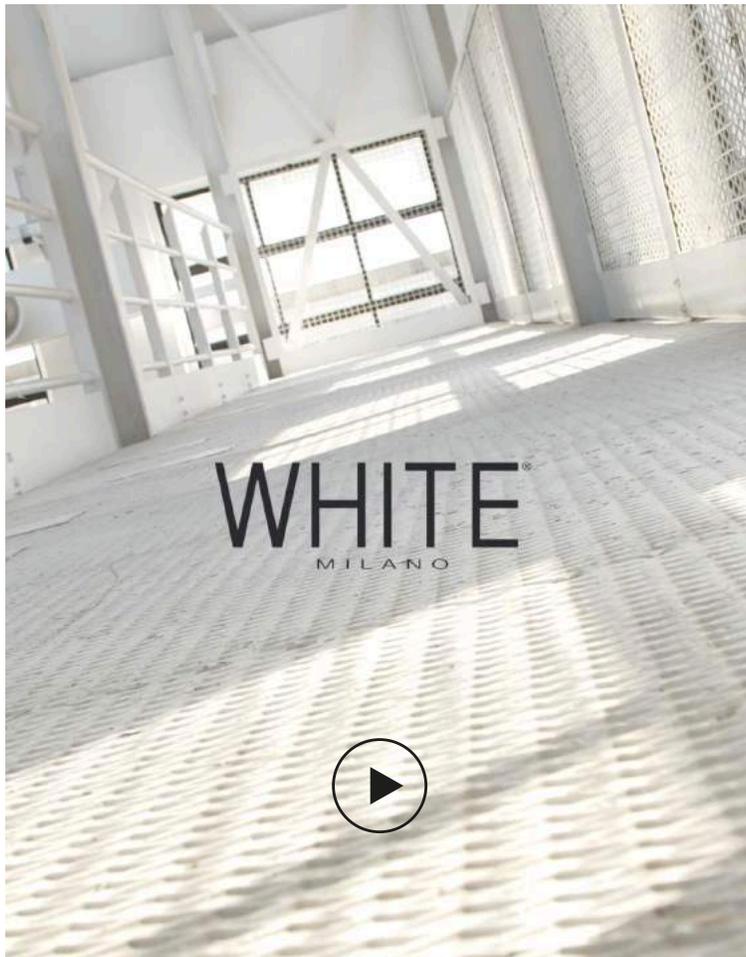
WHITE dispone di un buyer database di 102.800 contatti verificati.

Accoglie una media di 25.000 buyer a stagione, 35% internazionali.

Implementa insieme al Ministro degli Esteri un piano di attenzione strategica di buyer internazionali al salone.

Il piano di incontri viene rinnovato ogni edizione ed è parte di una strategia più ampia in sinergia con le Istituzioni, per il rilancio di Milano e delle sue Fashion Week.

WHITE | THE HOUSE OF BRANDS



[Link al video](#)

Tre motivi per essere protagonisti alla Milano Fashion Week

1. WHITE è un punto di incontro per le aziende che vogliono sviluppare business. È accanto alle imprese per offrire soluzioni al passo con i cambiamenti dei tempi. Il format del salone si implementa grazie a nuove progettualità sempre più buyer oriented. E una comunicazione social sempre più pervasiva ed efficace volta a supportare i marchi espositori.

2. WHITE è un percorso per compratori e stampa. Offre un Press & Buyer Walk Through ovvero azioni e visite guidate permettono a buyer e stampa italiana e internazionale, influencer e trend setter di scoprire marchi e tendenze del salone. Un piano editoriale di newsletter, contenuti online e collaborazioni con CBI - Camera Buyer Italia- The Best Shops e i più influenti retailer permette alle aziende di entrare in contatto con importanti store internazionali.

3. WHITE non è solo una fiera, ma una piattaforma omnichannel, che utilizza il digitale a supporto del fisico per implementare nuove strategie di marketing e comunicazione. Grazie alle WHITE Digital Rooms i brand potranno realizzare contenuti speciali curati da importanti buyer e stylist per promuovere le collezioni sulle proprie piattaforme.

WHITE | THE HOUSE OF BRANDS



SPAZI SECONDO NORMATIVE SICUREZZA COVID 19

Sono disponibili le seguenti metrature:

Spazio minimo 10,5 mq

Altri formati disponibili:

12 mq | 16 mq | 20 mq | 25 mq

30 mq | 35 mq | 40 mq

8 Aree speciali, da 50 mq a 130 mq

COSTI: 420 euro a mq + iscrizione 1.300 euro

WHITE | THE HOUSE OF SHOWROOMS



Una formula innovativa per le showroom che possono mostrare la propria identità e ricerca.

WHITE offre:

- **SPAZIO** dove esporre **3/5 brand**
- **UN LUOGO** dove esprimere la propria **PERSONALITÀ**
- **UN SERVIZIO di SHOWROOM CONNECTION** per collegarsi dal salone alla showroom
- **ATTIVITÀ di COMUNICAZIONE** che includano interviste e attivazioni social

WHITE | THE HOUSE OF SHOWROOMS



SPAZI MULTI BRAND

20 mq | 3 brand

30 mq | 5 brand

Interno: uno spazio per 3 o 5 brand esposti, selezionati con WHITE
+ elenco di tutti brand
+ identità dello Showroom



Esterno: Personalizzazione delle pareti esterne con grafiche, citazioni e payoff dedicate per comunicare l'identità della showroom.

COSTI: 420 euro a mq + iscrizione unica 1.300 euro

WHITE | SHOW THE PERSONALITY



ININTERVIEW

Descrizione delle personalità degli showroom + intervista al titolare + diffusione sui nostri canali.

“Voglio immaginare che i miei capi possano dare alla donna che li indossa, soprattutto in questo particolare momento storico, un respiro di gioia e libertà. Gioia e libertà ho pensato fossero gli aggettivi identificativi della mia collezione, stampe di fiori abbinata a stampe di paesaggi bucolici e a stampe geometriche...”

Daniele Ghiselli, Founder

WHITE | SIGN OF THE TIME



White lancia dunque *Sign of the Times*, una campagna ispirata dalla canzone icona di **Prince** del 1987. E' un forte richiamo al concetto di rinnovamento che coinvolge anche le dinamiche del tradeshow più innovativo del sistema moda internazionale.

Protagonisti sono quattro giovani promesse del cinema italiano, Matilde Gioli, Ludovica Bizzaglia, Laura Adriani e Federico Cesari, emblema di una nuova generazione di artisti capace di affermarsi e stupire anche in tempi in crisi.

SCOPRI LA VIDEO CAMPAGNA

[Link al video](#)

MORE NEWS ARE COMING

WHITE[®]
MILANO

**SIGN
OF
THE
TIMES**

THANK YOU