



White Milano al via il 27 febbraio con 300 marchi



White Milano al via il 27 febbraio con 300 marchi"

src="https://r.fashionunited.com/4jtmVueGiBdeKru-ONs90pvCfwGrgTC3zyCtXNMTDaw/resize:fill-down:720:480:0/gravity:ce/quality:70/aHR0cHM6Ly9mYXNoaW9udW5pdGVkLmNvbS9pbWcvdXBsb2FkLzlwMjUvMDIvMTEvcmluZS0yLWR0dnFhOGdiLTlwMjUvMDIvMTEuYW50ZWw" id="5cd3e631"> Fiere

Il marchio danese Renè sarà presente a **White Credits**: **White Milano**

Sono circa 300, di cui un 45% stranieri, i marchi che saranno presenti a **White Milano**, kermesse che si svolgerà in zona Tortona dal 27 febbraio al 2 marzo. Questa mattina, nel corso di una conferenza stampa, a Palazzo Reale, a Milano, sono state presentate le novità. Innanzitutto, gli organizzatori hanno sottolineato la volontà di trasformare **White** in una piattaforma dinamica e versatile, capace di sostenere le aziende del settore moda con attività retail innovative ed eventi in mercati strategici. Non è quindi un caso se

White è stato scelto dal Gruppo AlMalki per inaugurare un pop-up store nel department store Westerly, a Riyadh. Questo pop-up, che rimarrà aperto da febbraio fino a maggio, ospita le creazioni di alcune delle aziende tra cui Faliero Sarti, La Milanese, Flabelus, NiLuu, Pahiesia Formentera, Naira Khachatryan, Bokja e Tanoura.

Bizzi: "siamo diventati anche una piattaforma di sviluppo per i marchi oltre che di esposizione"

Sempre a Riyadh, nei giorni scorsi è stato firmato di un accordo strategico con Panos Linardos, Presidente del Rlc global forum. La partnership punta a promuovere la crescita globale e l'espansione dei brand selezionati da **White**, nell'ambito del progetto Circle, ideato da **Brenda Bellei** e Monica Sarti. "Con il progetto Circle vogliamo selezionare un gruppo di piccole e medie aziende clienti di **White** e supportarle nell'approcciare i canali distributivi nei Paesi del Golfo ove la partnership strategica appena siglata ci offre un canale preferenziale. In particolare l'Arabia Saudita nel contesto di Vision 2030 sta costruendo delle infrastrutture capaci di garantire una crescita economia a doppia cifra e le nostre aziende non possono non attivarsi per cominciare a entrare in quel mercato dalle enormi opportunità", ha spiegato **Brenda Bellei**, ceo di **White**.

White Milano a settembre 2024" title=" **White Milano a settembre 2024**"



dGUtbWlsYW5vLTAxLWJ4aDJ3bzNuLTlwMjQtMTItMTEtMDFhajczb2stMjAyNC0xMi0zMS0xMGhmNnBiMy0yMDI1LTAyLTExLmpwZWc" sizes="(min-width: 840px) 550px, (min-width: 582px) 582px, 100vw" alt=" **White** Milano a settembre 2024" title=" **White** Milano a settembre 2024" id="5b95892b">

White Milano a settembre 2024 Credits: **White** Milano

Avviato un programma con l'incubatore della moda e della cultura in Qatar

White ha anche avviato un programma in collaborazione con M7, l'incubatore della moda e della cultura in Qatar. Tramite una serie di workshop e webinar, alcuni dei loro designer si stanno formando e aggiornando per permettere di avviare il processo d'internazionalizzazione dei loro brand e affrontare nuove opportunità di business all'estero.

Grazie a queste nuove attività, i brand clienti della kermesse di zona Tortona avranno accesso a nuovi canali di distribuzione, fino a oggi inesplorati, essenziali per affermarsi in un mercato in continua evoluzione e dalle enormi opportunità economiche.

"Vedere che siamo diventati anche una piattaforma di sviluppo per i marchi oltre che di esposizione mi rende ottimista sulla visione avuta ma anche orgoglioso di una crescita del salone e dell'azienda stessa, che oggi ha moltiplicato le sue attività di business" ha affermato **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** Milano.

Parlando del salone patrocinato dal Comune di Milano e supportato dal ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci) e dall'Ice, Agenzia per la Promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, saranno ospitati circa 300 brand (con una divisione del 55% per l'Italia e il 45% per l'estero).

I marchi delle Stanze segrete

All'interno dell'evento non mancheranno le Secret room. Presente, tra gli altri, il marchio Yid'Phrogma (Cina), con una collezione che celebra la cultura tibetana, fondendo arte, folklore e spiritualità in ogni design, ispirandosi alla simbologia ricca ed estetica del Paese d'origine. Maz Manuela Alvarez (Colombia), invece, è un brand slow fashion che unisce multiculturalismo e contemporaneità, operando secondo un modello sostenibile. Il 90% dei suoi capi è realizzato a mano da artigiani, con l'obiettivo di supportare e emancipare gruppi etnici vulnerabili. Carolxott (Estonia), una delle altre etichette presenti, è nato su una minuscola isola nel nord dell'Estonia, abitata da sole 69 persone, il brand traduce le storie preziose di queste terre lontane in motivi, colori e texture che caratterizzano le sue creazioni. Oh Carla (Italia) si concentra sulla produzione di pezzi unici, senza stagione e made-to-order, sempre replicabili in termini di modello, ma con tessuti scelti in base alla disponibilità.

Fondato da Carlotta Boldracchi e Claudia Nesi, il brand è totalmente handmade e promuove un approccio couture e sostenibile che consente di produrre a impatto zero. Tra gli altri brand figura anche Renè (Danimarca) che mescola proporzioni oversize e silhouette architettoniche, ispirandosi sia all'estetica asiatica, sia a quella scandinava. Il brand esplora come i vestiti interagiscono con il movimento e la postura, adattandosi a diverse fisicità, età e genere.

"Per questa edizione abbiamo scelto di mettere in campo nuove risorse, un gruppo di ambassador locali che si sono fatti portavoce di **White** in mercati appetibili come la Spagna, l'area Dach, la Scandinavia, il Benelux, il Giappone, il Canada e il Middle East. Agire localmente su questi mercati è fondamentale per consolidare i rapporti attivi e instaurarne di nuovi con compratori desiderosi di scoprire nuove collezioni e destinare del budget su prodotti che rispondono all'attuale richiesta della clientela: creatività e qualità al giusto prezzo" ha detto Simona Severini, general manager di **White**.

Nell'edizione di febbraio ci sarà anche Teclor un brand giapponese che vanta un'esperienza pluridecennale nella creazione di abiti su misura; l'essenza della sartoria



si mescola con tecnologie all'avanguardia, sviluppando prodotti che prestano un'attenzione meticolosa ai dettagli e garantiscono un'unicità impareggiabile. Dal Perù arriverà invece Sake, un simbolo di moda sostenibile che unisce le tendenze globali al patrimonio culturale peruviano. Direttamente da Montreal arriveranno le creazioni di Black Suede Studio, realizzate a mano in alcuni dei migliori atelier di calzature del mondo. Ogni modello viene studiato per offrire un'ottima vestibilità per tutto il giorno, garantendo così che ogni scarpa incarni la femminilità e l'eleganza contemporanea, senza sacrificare il comfort.

Istituto Marangoni, infine, ha rinnovato la sua partnership con **White** per presentare in esclusiva a febbraio la versione completamente digitale del format l'm talent showroom. Il progetto consiste in un nuovo showroom virtuale che sarà disponibile anche per le aziende, in modalità customizzata, diventando uno strumento aggiuntivo per presentare le collezioni anche a distanza e per offrire ai buyer un'esperienza totalmente immersiva. **White** " title="Oh Carla presenterà la nuova collezione a **White** " id="5feb161b">

Oh Carla presenterà la nuova collezione a **White** Credits: **White** Milano

Riepilogo

- **White** Milano, che si terrà dal 27 febbraio al 2 marzo, ospiterà circa 300 brand, di cui il 45% internazionali, e si pone come piattaforma dinamica per supportare le aziende del settore moda.
- L'evento prevede collaborazioni strategiche, come quella con il Gruppo AIMalki per un pop-up store a Riyadh e una partnership con M7 in Qatar per workshop e webinar di internazionalizzazione.
- **White** Milano offre ai brand accesso a nuovi canali distributivi, promuovendo la crescita globale e supportando le aziende nella penetrazione di mercati strategici come quello arabo, grazie a iniziative come il progetto Circle.

