



NOTIZIE

- Distribuzione
- Business
- Industry
- Saloni / fiere
- Innovazione
- Collezione
- Sfilate
- Creazione
- media
- Campagne
- People
- Eventi
- Nomine
- Tendenze

OFFERTE DI LAVORO

FASHION WEEK

VIDEO

AGENDA



[Pagina iniziale](#) > [Notizie](#) > [Saloni / fiere](#) > [White torna a Milano, tra sostenibilità e nuove a...](#)

“ Prima fase consegnata integralmente nel rispetto di obiettivi, tempo e budget. ”

#Iampodintuizione

ANCORA DI PIÙ

CentricSoftware

Newsletters



Iscrizione gratuita  
Consulta l'ultima newsletter

# White torna a Milano, tra sostenibilità e nuove aree

Di [Laura Galbiati](#)  
07 Febbraio 2019



White Milano torna dal 22 al 25 febbraio, in piena fashion week, per presentare nelle sue tradizionali quattro location (Tortona 27 – Superstudio Più; Tortona 31 – Opificio; Tortona 35 – Hotel Nhow; Tortona 54 – ex Ansaldo) le collezioni per l'autunno/inverno 2019-20 di 514 brand, di cui 172 esteri.



La scorsa edizione invernale di White Milano - [whiteshow.com](#)

Grande focus sulla sostenibilità e lo sviluppo di nuovi format espositivi, come il progetto “Give a Fok-us – Focus on the Unfocused”, (sviluppato da White con il Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Camera Italiana Buyer Moda e Confartigianato Imprese), che vedrà la direzione creativa di Matteo Ward, co-founder di WRÅD, brand sostenibile premiato al Green Carpet Award di CNMI. Il progetto intende esplorare il rapporto fra moda, natura e società attraverso una dimensione emozionale e interattiva, dove il visitatore potrà mettere a fuoco ciò che è ancora “unfocused”, nell’ambito della sostenibilità, dell’innovazione, della tracciabilità del prodotto e dell’economia circolare.

“Viviamo in un momento di rivoluzione del sistema moda, dove dobbiamo correre per riallineare il focus delle nostre attività con le necessità reali di un pianeta esausto, di una società sfruttata e di persone individuali”, ha commentato Matteo Ward. “(...) I dati hanno evidenziato che mentre l’82% della popolazione si aspetta che i marchi siano trasparenti nei confronti della propria filiera e del proprio impatto ambientale e/o sociale, al contempo solo due italiani su dieci (22%) ritengono che l’industria della moda informi adeguatamente i consumatori riguardo all’impatto produttivo sull’ambiente e sulla popolazione”.



Matteo Ward, co-founder di WRÅD e Direttore Creativo del progetto "Give a Fok-us" di White - Instagram

Tra le novità di questa edizione, l'area "Knit Lab" in Tortona 27, dedicata al mondo della maglieria, che vedrà la presenza del *knitwear* d'avanguardia del brand *i-am-chen*, fondato a Honk Kong dalla designer Zhi Chen nel 2017 e arrivato finalista all'International Woolmark Prize 2018/2019. E ancora "Lounge Sphere", un'area dedicata all'*homewear* in cui i visitatori potranno scoprire collezioni *loungewear* e lingerie insieme a proposte beauty.

Lo special guest di questa stagione sarà Strateas Carlucci, brand australiano che prende il nome dai suoi fondatori Peter Strateas e Mario-Luca Carlucci, caratterizzato da un'identità stilistica molto forte, che combina elementi opposti, come *sportswear* e tailoring.

Prosegue "White Studio" (Tortona 54), l'iniziativa dedicata a giovani stilisti emergenti italiani, abbinati ai top retailer del nostro Paese, che ne diventano "ambassador" per farli conoscere ai loro clienti tramite gli store fisici e online. Continua anche la collaborazione con Vogue Italia per il progetto #Shareable, inaugurato nell'edizione di settembre 2018, che offre a un selezionato numero di marchi l'opportunità di usufruire di un modo inedito e innovativo di comunicare, sia online tramite contenuti foto e video, sia offline, in salone, grazie alla cura creativa dello spazio espositivo.

Infine, nella sezione "Basement", i buyer potranno visionare le creazioni di alcuni tra i designer più interessanti dell'Estonia, come August, Guild, Kristel Kuslapuu, Liisa Soolepp e Triinu Pungits. Nelle Special Area, marchi come Parcoats Florence, brand di *outerwear* prodotto da Giovanni Allegri e con la direzione creativa di Simone Guidarelli e di Masha Brigatti, e House of Mua Mua che, partendo dalle bamboline all'uncinetto che hanno conquistato anche Karl Lagerfeld, è diventato un vero e proprio brand che spazia dalla maglieria al denim, dalle gonne alle borse e agli accessori.

Di [Laura Galbiati](#)

Copyright © 2019 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.



[Moda - Altro, Saloni / fiere](#)

- # Karl Lagerfeld
- # Vogue
- # Allegri
- # White
- # Guild
- # ICE
- # CNMI
- # Moda
- # Woolmark Prize
- # White Milano
- # Simone
- # fashion week
- # Confartigianato

Archivi White



**Lyst: Gucci e Off-White i brand più desiderati nell'ultimo trimestre 2018**

Sono molte le griffe italiane presenti nella Top 10 dei prodotti più ricercati online nel Q4 2018: oltre a Gucci e Off-White, anche Fendi,...

06/feb/2019



**Triboo: focus su fashion ed estero**

Il gruppo attivo nell'e-commerce e nell'advertising digitale, che ha lanciato gli e-store di importanti brand di moda e lusso, vuole...

31/gen/2019



**Sergio Tacchini affida l'eyewear a Mondottica fino al 2023**

Lo specialista globale di eyewear Mondottica si occuperà dello sviluppo e della distribuzione mondo delle collezioni da vista e da sole...

30/gen/2019



**Forevermark approda in Italia grazie a World Diamond Group**

Il marchio di diamanti Forevermark, che fa parte del gruppo De Beers, ha scelto il vicentino World Diamond Group come suo licenziatario...

28/gen/2019

PIÙ RISULTATI

FASHION WEEK



**Tom Ford**  
automne\_hiver  
2019  
womenswear



**Ze Garcia**  
automne\_hiver  
2019  
womenswear



**Teoh & Lea**  
automne\_hiver  
2019  
womenswear



**Sita Murt**  
automne\_hiver  
2019  
womenswear



**Naulover**  
automne\_hiver  
2019  
womenswear

NOTIZIE



**Première Vision ripensa la sua offerta di sourcing e confezione**  
Il salone riunisce i suoi quattro spazi dedicati all'approvvigionamento di...

29/01/19