

WHITE<sup>®</sup>  
MILANO

# SIGN OF THE TIMES

19.20.21.22 SETTEMBRE 2024

TORTONA FASHION DISTRICT | MILAN

La nuova edizione di WHITE Milano, il content show internazionale dedicato alla moda donna prêt-à-porter torna in scena **da giovedì 19 a domenica 22 Settembre 2024**, in contemporanea con la Milan Fashion Week. Sono moltissime le novità e le collezioni presentate durante le quattro giornate e visionate da un ampio pubblico internazionale composto dai buyer delle più importanti boutique e department store, dalla stampa e dagli addetti del settore moda. Le **collezioni Primavera-Estate 2025** di oltre **300 aziende** sono esposte all'interno delle location principali di WHITE, il **Superstudio Più** (Via Tortona 27) e il **BASE Ex-Ansaldo** (Via Tortona 54). Rinnovato 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.

"Per Milano la moda è un asset importante: significa occupazione, crescita economica, reputazione e attrattività anche grazie alle nostre fashion week e appuntamenti come WHITE. Una manifestazione che è cresciuta fino a diventare una vetrina internazionale, capace di anticipare tendenze e selezionare proposte di qualità, con una attenzione sempre maggiore alla sostenibilità e all'innovazione, valori fondamentali del nostro patrimonio manifatturiero" dichiara **Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano.

"Il settore vive un momento di grande incertezza e questo è evidente a tutti, come si vede da questa presentazione la nostra strategia è quella di lavorare attentamente per portare a WHITE marchi di ricerca e tante novità che possano attirare l'attenzione dei buyer più importanti ed internazionali. È proprio in questi momenti che si può scrivere una pagina nuova, che si possono fare nuove alleanze e grazie alla visione creare progetti più contemporanei. Noi siamo a lavoro su questo e prestissimo vi daremo grandi novità." afferma **Massimiliano Bizzi**, Fondatore e Art Director di WHITE

Uno degli elementi che ha portato WHITE a ricevere l'apprezzamento nel settore è il continuo scouting fatto dal team commerciale al fine di proporre, stagione dopo stagione, un **brand mix** fresco e attuale. Ogni brand viene accuratamente analizzato e valutato affinché rispecchi quelli che sono i valori di WHITE: **la qualità, la sostenibilità, l'originalità e la creatività**. Così, un brand dopo l'altro, si forma il brand mix che affianca i nuovi talenti della moda alle realtà più solide e riconosciute.

"Da un po' di tempo a questa parte, i grandi nomi della moda stanno vivendo una situazione di stallo. In parte dovuto ai numerosi scambi ai vertici creativi, in parte ai mutamenti che il mercato del settore moda sta affrontando. La tendenza delle grandi realtà è quella di affidarsi sempre più ai propri archivi creando nuove collezioni con più cautela. Dall'altra parte, le aziende contemporary che frequentano WHITE, grazie alla loro struttura più snella riescono a cogliere meglio questi cambiamenti. Essendo realtà svincolate dalle tendenze passeggero e dalla produzione eccessiva, i brand che



selezioniamo sono in grado di affrontare anche un mercato come quello della situazione attuale senza venir meno alla qualità della loro produzione e senza ridurre la creatività” afferma **Simona Severini**, General Manager di WHITE.

Punta di diamante di WHITE sono le **Secret Rooms**, un progetto che prosegue nelle edizioni continuando a puntare i riflettori sui talenti emergenti del panorama moda odierno. Stanze nascoste, piccoli showroom personalizzati, a cui si accede percorrendo corridoi attraverso i quali il visitatore viene accompagnato nella creatività unica di ciascuno dei designer selezionati dopo un **accurato scouting**. Si riconferma la presenza, per dare continuità alla visione stilistica di YANGKEHAN, MIAORAN e PROTOTYPE: AM. Novità tra le Secret Rooms di questa stagione sono invece i brand YID'PHROGMA e CAVIA.

**YANGKEHAN** affonda le sue radici nella storia e la cultura dell'estetica orientale tradizionale. Le sue creazioni sono un manifesto di femminilità e il chiaro esempio dell'abilità di padroneggiare la tecnica del drappaggio che realizza utilizzando seta pregiata e tessuti speciali che richiedono un'intricata lavorazione a mano. Nella collezione SS25 di **MIAORAN**, *La Tempesta*, ci si ritrova in una giornata di fine inverno mentre il vento e la pioggia accarezzano il nostro volto. Il mare, la sabbia e i loro colori, polverosi e delicati, prendono forma in una collezione dai toni naturali. I capi attraverso la tecnica del macramè e il riutilizzo totale degli scarti, ricamati in patch, rendono ogni pezzo unico, pieno di meraviglia e prezioso. I fit oversize e relaxed, vestono il corpo eliminando i confini di genere, giocando con i codici del maschile e femminile, in una rilettura del mondo sottosopra, senza confini. Da Berlino arriva **PROTOTYPE: AM**, un brand prêt-à-porter di alta gamma che mescola l'aspetto tecnico dei capispalla, elemento focus della sua collezione, con la creatività e i dettagli degni di un prodotto luxury. Con la collezione *OUT OF OFFICE* il brand cattura l'essenza della liberazione dalla tradizionale vita d'ufficio. Sfida i codici di abbigliamento aziendali convenzionali, mescolando stili classici con toni satirici, ridisegnando l'abbigliamento da ufficio e sostituendo la palette di colori tipiche dell'azienda (il grigio, il blu e il nero) con una tonalità verde oliva. **YID'PHROGMA**



YID'PHROGMA

ha come tema centrale della sua creatività la cultura, l'arte e il folklore tibetano. Attingendo all'esperienza nel design e l'uso dei tessuti di velluto di yak, YID'PHROGMA predilige texture e tinture speciali per ricreare un'atmosfera che richiama gli affreschi del Tempio Jokhang. Nessun dettaglio è lasciato al caso per creare una collezione fatta di non soli tessuti ma che porta con sé messaggi importanti. *Daily Meal* è il titolo della collezione di **CAVIA** (brand di abbigliamento upcycling ed eco-friendly), nella quale la designer Martina Boero prosegue il percorso di ricerca, scoperta e il riuso di materiali di seconda mano. La collezione prende ispirazione dalla quotidianità partendo da un punto di incontro: la tavola. I corredi delle nonne vengono utilizzati per omaggiare la bellezza del ricordo e l'importanza della conservazione e del riuso.



CAVIA

Spazi di grande visibilità all'interno di WHITE sono le **Loft**. Nel corso delle stagioni le Loft hanno ospitato numerose realtà, soprattutto collezioni consolidate il cui nome attira l'attenzione grazie al DNA ben definito e una produzione che punta tutto sulla qualità. I protagonisti delle tre Loft sono la femminilità e l'eleganza delle creazioni di **STEFANO MORTARI**, una rosa dei migliori designer del Sud Africa promosso dalla **Fashion Firm SA** (che presenterà ABANTU, AFRIGARDE, FIKILE SOKHULU, GOOD FRIDAY, MORS, NEIMIL, REFUSE e JUDY SANDERSON) e **Giemme BrandsCorporate** (che parteciperà con le collezioni di ROBERT FRIEDMAN, LE SARTE PETTEGOLE e la camiceria di CALIBAN).

Il **Basement** di WHITE è lo spazio dedicato alle collezioni con un focus sulla ricerca e l'avanguardia. Per questa edizione, i brand sono delle riconferme della precedente stagione che hanno riscosso successo attirando l'attenzione dei visitatori con le loro creazioni dal gusto estremamente ricercato e l'alta qualità della lavorazione che li contraddistingue. Protagonisti nel Basement sono il nero intenso degli abiti scultorei realizzati interamente in pelle di **VANDERWILT**, le creazioni agender prodotte con tessuti di recupero che favoriscono la moda circolare di **VUSCICHÉ** (che per la SS25 presenta *Biophilia*, un'ode alla bellezza della botanica ispirata all'Art Nouveau) e la collezione di gioielli artigianali di **M-1978**, che mescola l'argento con pietre preziose e tecniche di lavorazione uniche nel suo genere creando texture materiche, forme sinuose e





imperfette. Una collezione puramente romantica per celebrare i 10 anni di attività del brand.

Nell'elenco dei brand di Settembre 2024 possiamo citare **ATELIER 1985**, una collezione atemporale, lussuosa e cross-seasonal per donne metropolitane di tutte le età, fondato dalla designer svizzera Lea Dätwyler. La filosofia di **CHICTOPIA** è quella di combinare eleganza e design all'avanguardia. Elementi retrò si fondono in modo estroso con la semplicità contemporanea usando tessuti disegnati su misura, stampe stravaganti e colori vivaci. **ERGON MYKONOS** si trova all'intersezione tra heritage e design contemporaneo. Elementi folk, silhouette pulite e forme minimali permettono al brand di reimmaginare la tradizione della cultura greca. Le borse **HIDESINS** offrono una nuova prospettiva alla tradizionale lavorazione della pelle. Meticolosamente realizzate a mano con il migliore pellame italiano, ogni borsa si fa portavoce di un fascino silenzioso che punta all'essenzialità. **MAKU** affonda le sue radici nella filosofia del fondatore, l'artista concettuale Santanu Das. Per MAKU il tessuto occupa il primo posto mentre l'utilizzo di un unico colorante, l'indaco, è la dichiarazione di un futuro migliore e una decisione di sostenibilità consapevole. **THE WHITE RAVEN** è un luxury brand di capi artigianali in edizione limitata, realizzati a mano. Le antiche arti tessili incontrano un design senza tempo lasciando in ogni capo la firma dell'irregolarità e la bellezza dell'imperfezione. La passione per la moda e la continua ricerca di **SOHO-T** si tramutano invece in un total look pensato per una donna dalla femminilità contemporanea, a tratti genderless e attenta ai dettagli. **Opus Florentinum by FRONT STREET** celebra la preziosa arte dell'artigianato fiorentino presentando una linea esclusiva di abbigliamento. Attraverso l'upcycling si dà nuova vita a tessuti del passato trasformandoli in creazioni di pregiata fattura che sono un vero tributo al savoir-faire italiano. **MARIANA MÉNDEZ** ha dedicato moltissimi anni a perfezionare la tecnica che le permette di realizzare creazioni più affini al design. Il tessuto viene lavorato generando volumi arrotondati mentre la pelle viene resa tridimensionale, richiamando uno stile giapponese

che da sempre si lega alla collezione di queste borse, realizzate a mano in serie limitata e numerate. L'immagine incontra l'abito attraverso le creazioni di **IA LONDON**, brand artistico di abbigliamento femminile disegnato e realizzato interamente in Inghilterra. IA LONDON esplora le relazioni tra l'immagine (componente primaria di tutte le sue collezioni), la forma dei capi e quella del corpo. Per la stagione SS25 presenta **MEMORITOPIA**, una collezione che riflette la nostra intenzione di idealizzare i ricordi. Il titolo combina "memory" (memoria) con "utopia" e si rifà allo stile degli abiti vittoriani rivisitati secondo un nuovo gusto. La stilista **NAIRA KHACHATRYAN** presenta *Body Alchemy*, una collezione trasformativa che esplora il processo alchemico antico attraverso il mezzo del knitwear. Ogni pezzo della collezione incarna una delle quattro fasi della trasformazione alchemica (nigredo, albedo, citrinitas e rubedo) interpretando metaforicamente come il knitwear possa diventare un'estensione del corpo attraverso una meticolosa manipolazione di colore, texture e forma.

Numerose le proposte di brand di accessori come **CASHFANA**, nato da due sorelle nella regione della Costa Brava in Spagna dopo aver fatto un viaggio dall'altra parte del mondo. Il brand è come un album di ricordi sotto forma di gioielli artigianali colorati, giocosi e "buoni" perché ogni creazione sostiene la comunità locale dove viene prodotta. Una calzatura interessante è quella ideata dalla designer italo-belga Barbara Giacina per **LOLO BALLERINA**. Semplici ma distintive, le ballerine del brand sono sinonimo di femminilità e comfort con un pizzico di nonchalance. Le possibilità sono infinite con le borse **MARREA**, realizzate a mano in neoprene. Quando non agganciata, è la shopper ideale mentre chiudendo gli appositi ganci, si trasforma in una borsa chic da portare ovunque, dalla città alla spiaggia, e che presenta un mix di funzionalità e stile versatile.

Suscita sempre molto interesse l'area dedicata alle collezioni di piccole dimensioni che spiccano per originalità e una visione ben definita delle proprie creazioni: il **Suk**. In questa area open space, suddivisa in piccoli corner individuali, presentano le proprie collezioni brand di abbigliamento come **AERAKI**, realtà greca che cattura l'essenza dell'estate con un tocco di giocosità dato dai colori vivaci e i design decisi. I costumi





di **ESSENTIALS FOR ZULA** sono un must-have colorato e arricchito da dettagli femminili come le spalline di piccole perle. Ogni costume è realizzato a mano in Thailandia da un piccolo team di sarti seguendo le indicazioni del duo padrefiglia fondatori il brand. Sono invece due sorelle le creative dietro a **LE SORI**, borse a secchiello morbide e resistenti che risaltano sia in tinta unita che in fantasia. **RACEU HATS** raduna, nei suoi laboratori spagnoli, le migliori materie provenienti da tutto il mondo: la paja toquilla dall'Ecuador, la paglia di palma dal Messico, i feltri di lana dall'Australia solo per citarne alcuni. Dopodiché, grazie all'abilità degli artigiani, i bozzetti prendono vita e si tramutano in cappelli con un design e una personalità attuali. I profumi **NNT LAB** sono realizzati in Colombia utilizzando solo materie prime provenienti da Grasse, la capitale della profumeria situata nella Costa Azzurra. Il packaging è sostenibile al 100% e le boccette di profumo sono predisposte al refills così da avere sempre il proprio profumo preferito minimizzando i rifiuti prodotti. L'area speciale allestita sulla **scalinata del Suk** ospita per la seconda volta un nome riconosciuto nel mondo della moda upcycling: **MINIME PARIS**. Questo brand si dedica alla produzione di borse, scarpe e piccoli accessori riutilizzando esclusivamente le rimanenze di tessuto provenienti dai magazzini di diverse realtà tessili, inclusi numerosi brand di lusso.

Una delle novità più importanti di WHITE Settembre 2024 è la presentazione dell'esclusiva collaborazione con **Istituto Marangoni** per la prima edizione di **"I'M TALENT SHOWROOM"**. Un'iniziativa pensata per offrire un supporto commerciale concreto ai più talentuosi creativi di Istituto Marangoni che hanno intrapreso un **percorso imprenditoriale** e che potranno cogliere nuove occasioni grazie alla visibilità data dalla vetrina internazionale di WHITE Milano. Lo showroom ospita le collezioni di **cinque Alumni** selezionati, tre già affermati e due emergenti, offrendo loro l'opportunità di incontrare i top buyer del settore e instaurare nuove connessioni. I designer della prima edizione sono: **UNHIDDEN** (della designer Victoria Jenkins), **SANDRA MANSOUR**, **PRONOUNCE** (co-fondato da Jun Zhou), **MARCO VINCI** e **ASCEND BEYOND** (di Emanuele Abbondanza).



LA LONDON

WHITE prosegue l'attività di promozione – iniziata da alcune stagioni – di una geografia della moda che non ha confini o barriere. Lo fa creando ponti che mettono in contatto mercati e creatività differenti all'interno del progetto **ExpoWHITE**. In questa edizione i Paesi coinvolti sono la Spagna, l'Armenia, il Sud Africa (presente con uno spazio dedicato all'interno delle Loft già citato), la Corea del Sud, il Brasile e l'America Latina con la presenza dei Latin American Fashion Awards. EXPO WHITE ha tracciato un percorso con risultati decisamente positivi che hanno permesso di delineare una sua evoluzione con uno sviluppo specifico nei mercati del Middle East. In particolar modo a Riyadh e nel Red Sea, dove le opportunità di business sono numerose e lasciano serie e concrete possibilità di una partnership solida e duratura.

“La piattaforma WHITE è divenuta negli anni un punto di riferimento internazionale anche per la filiera che rappresentiamo a monte e a valle; i designer ed i Governi internazionali che si avvicinano a WHITE vedono in noi le capacità di sviluppare il loro business dal supporto nella ricerca dei tessuti, alla produzione fino a creare per loro dei veri e propri percorsi di distribuzione e posizionamento studiati ad hoc tenendo conto del loro heritage, espressioni stilistiche e caratteristiche culturali” dichiara **Brenda Bellei**, CEO di M.Seventy società organizzatrice di WHITE.

È presente una selezione di talentuosi designer provenienti dalla **Spagna**. I brand coinvolti prendono parte all'evento grazie alla collaborazione con **ICEX España Exportación e Inversiones**, con il quale WHITE ha instaurato un'importante collaborazione iniziata nel 2017. I designer spagnoli che presenteranno la propria creatività a WHITE sono: AUGUSTA, CASHFANA, CHIE MIHARA, CUSTO BARCELONA, FLABELUS, MARIANA MÉNDEZ, NKN NEKANE, PAHIESA, SKATIE, SURKANA, SVETI STEFAN, VÂN e YERSE.

Provengono dall'**Armenia** invece i 10 brand selezionati con la **Fashion & Design Chamber of Armenia**. La partecipazione a WHITE fa parte del progetto finanziato dal Private Sector Development and TVET South Caucasus Programme attuato dal GIZ Armenia per conto del governo tedesco. I talenti presenti nell'edizione di Settembre saranno ACHE BAGS,



MARIANA MÉNDEZ

ARIGA TOROSIAN, BOYAKHCHYAN, FEM, NARNY NIKOLYAN, RUZANE, SONCESS, TRUEROMANCE e Z.G. EST.

Un'altra importante collaborazione è quella con **Kfashion82**, la piattaforma coreana di vendita B2B, gestita dal famosissimo department store **SHINSEGAE**. La volontà del progetto è quella di far conoscere al pubblico globale i brand emergenti del panorama moda sud-coreano. Presentano le proprie collezioni i brand LIBERADD e MAN.G.

Dal **Brasile** arrivano numerose aziende pronte a far conoscere la propria estetica e a confrontarsi con un mercato per loro diverso dall'abituale. Tra i nomi da citare ci sono ADRIANA DEGREAS, AMMABILE, CAROL ROSSATO, CATARINA MINA, CUPIDO, DOTZ, EMPRESS, GOOD PEOPLE, JOANNE, MELISSA e SUI GENERIS.

Direttamente dal Sud America arrivano i talenti dei **Latin American Fashion Awards**, la piattaforma globale fondata dalle visionarie della moda Constanza Etro e Silvia Argüello. A seguito della vittoria avvenuta durante la prima edizione del contest nel 2023, quest'anno i designer sono concentrati su una serie di attività volte alla crescita del business e la promozione dei loro brand a livello internazionale. WHITE dedica a questi creativi uno spazio speciale dove possono mostrare a un ampio pubblico di professionisti del settore la loro visione unica ed originale. I vincitori selezionati per presentare il proprio lavoro all'interno di WHITE sono **VERDI** (Progetto artigianale dell'anno, dalla Colombia), **DESSERTO** (Co-vincitore del Progetto responsabile dell'anno, dal Cile), **DANIELA VILLEGAS** (Brand di accessori dell'anno, dal Messico), **LUAR** (Brand dell'anno, dalla Repubblica Dominicana) e **KAROLINE VITTO** (Stilista emergente dell'anno, dal Brasile).

"WHITE Show è una prestigiosa piattaforma internazionale per designer e brand che mirano a ottenere riconoscimento nell'industria della moda ed avviare una concreta possibilità di business. Attraverso questa collaborazione con Latin American Fashion Awards, siamo entusiasti di presentare i nostri talentuosi creativi latinoamericani ai numerosi buyer presenti, creando così un ponte tra l'America Latina e il mercato globale" afferma Constanza Etro, Co-Founder dei Latin American Fashion Awards.

**WHITE Village** per l'edizione di Settembre 2024 rimane legata a quelli che sono i principi originali del progetto: intrattenimento, moda e musica. Come avvenuto per ExpoWHITE, il WHITE Village è destinato ad un'evoluzione dalle molteplici sfaccettature dando particolare importanza a eventi culturali legati al tema della moda attraverso talk dedicate e progetti che coinvolgono le arti visive.

Per maggiori informazioni:  
Raffaella Imò  
Press Office Manager  
WHITE  
Tel. +39 02 34592785  
raffaella.imo@whitepress.it

Nella giornata del 19 Settembre, WHITE ospita l'evento organizzato da **Deloitte**, la 9° edizione del **Global Fashion & Luxury Private Equity Survey**, a cui partecipano sia aziende che fondi di Private Equity. La ricerca è volta ad analizzare le principali tendenze di mercato del Fashion & Luxury, l'andamento del mercato M&A e i risultati della survey effettuata da Deloitte sugli investitori relativamente alle loro aspettative per l'anno in corso.

L'area **Lounge** di WHITE, per tutte e quattro le giornate del salone, è dedicata alla presentazione del film di prossima uscita **PAPmusic**. Scritto e diretto dall'artista e cantautrice **LeiKiè**, **PAPmusic** è un film d'animazione ispirato alla pop music, alla pop art e al prêt-à-porter (da cui deriva l'acronimo PAP). Dal 26 settembre 2024 il film uscirà in prima mondiale, nei cinema di tutta Italia, per raccontarci, in maniera ironica, le affascinanti dinamiche di una giovane casa di moda milanese alle prese con il lancio della sua prima collezione. Nel cast dei doppiatori ci sono: Luca Ward, Rudy Zerbi, Jake La Furia, Marco Mazzoli, Fernando Proce, Tamara Dona', Regina, Luca Abbrescia, Ginta, Sergio Sylvestre, B-Nario, Marco De Lucia, Mauro Situra.

Un ringraziamento speciale da parte di WHITE va allo sponsor **Renord S.P.A.** (brand automotive Renault di Milano), che per tutta la durata del salone ha messo a disposizione un servizio di courtesy car per agevolare gli spostamenti degli operatori durante la Milan Fashion Week. Torna al fianco di WHITE il beverage sponsor **Carlsberg Italia** che durante l'evento ci fa scoprire e sorseggiare la nuova birra **BLANC** – dal gusto dolce e note agrumate – che ha ricevuto il titolo di "Eletto Prodotto dell'Anno" per la categoria birra. Tra i beverage sponsor, si ringrazia anche **Bocciamatta**, il prosecco che invita a scoprire l'eleganza, la creatività e la sostenibilità tramite le splendide bottiglie decorate nell'esclusiva linea Aquatic Creatures by Riccardo Capuzzo, illustrazioni fatte a mano e poi stampate in maniera sostenibile, lavabile e riutilizzabile all'infinito. L'offerta food dell'evento vede il prezioso contributo di **Cantina della Vetra**, storico ristorante che prende il nome dal quartiere dei vetrai in cui sorge, in passato punto di ritrovo per i protagonisti dell'haute couture. Oggi, Cantina della Vetra è un viaggio culinario che spazia dai sapori tradizionali milanesi a piatti moderni che affascinano ogni palato.

In occasione di WHITE, **All'Origine** – brand b2b italiano specializzato nella ricerca e la selezione di oggetti del '900 europei – ha curato l'allestimento dell'**area Garden** con una selezione di vetri blu cobalto realizzati tra gli Anni '40 e '70 da manifatture di diversi Paesi europei. All'interno delle **Four Rooms** è possibile scoprire una selezione di oltre 2000 oggetti della prima metà del XX secolo che comprende cristalli italiani, tedeschi e boemi, ceramiche tedesche e ungheresi, tessuti degli Anni '60 in canapa e lino realizzati a telaio e molto altro ancora.

Download  
foto e comunicato



madeinitaly.gov.it

con il supporto di



con il patrocinio di

