

# WHITE®

**SIGN OF THE TIMES**

## Women...Magical Creatures

**22.23.24.25 FEBBRAIO 2024**

TORTONA FASHION DISTRICT | MILAN

**Tortona 27**  
SUPERSTUDIO PIU'

**Tortona 54**  
BASE MILANO | EX ANSALDO

**Tortona 58**  
PADIGLIONE VISCONTI

**WHITE Milano** è pronto a tornare in scena. **Da giovedì 22 a domenica 25 Febbraio**, gli spazi del **Tortona Fashion District** si affolleranno di numerosi buyer internazionali, fashion editor e professionisti del settore moda, intenti ad analizzare le nuove collezioni donna prêt-à-porter, dedicate alla **Fall/Winter 2024-2025**. Molti i progetti che verranno presentati in concomitanza con la **Milano Fashion Week**, tra cui le Secret Rooms e la seconda edizione di WHITE Village.

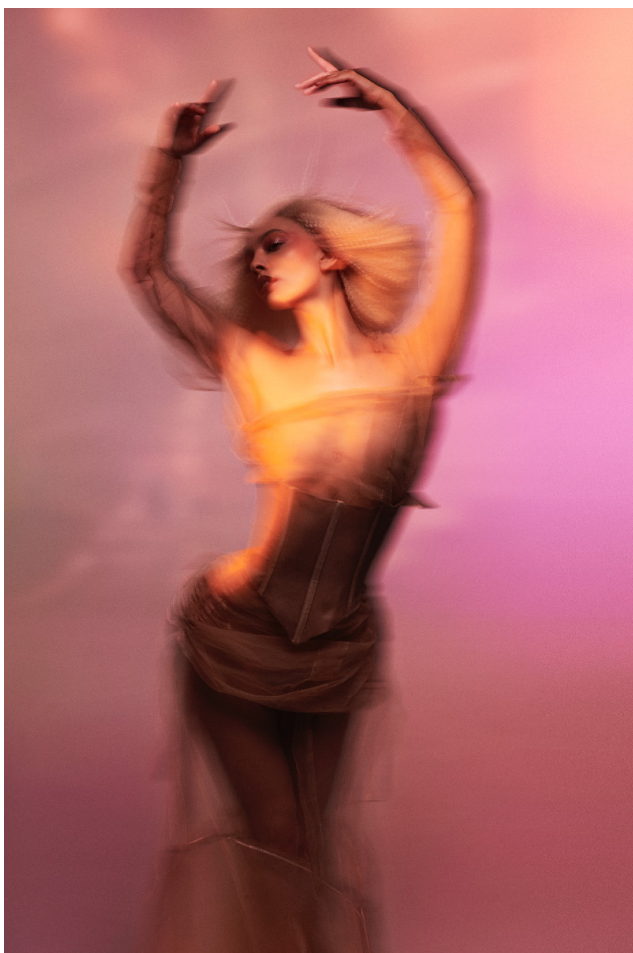
L'evento continua ad avere il patrocinio da parte del **Comune di Milano**. Non manca il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, di **ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e la partnership di **Confartigianato Imprese**. Si tratta di rapporti

consolidati con le istituzioni e che favoriscono nei giorni della manifestazione l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera, in aumento ad ogni nuova stagione.

**Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro afferma: *"In poco più di due decenni WHITE è cresciuto 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 e di quella filiera produttiva che tanto rappresenta per il tessuto economico e occupazionale della nostra città e del nostro Paese. Con la sua capacità di saper far scouting e sostenere brand emergenti e marchi affermati, WHITE attrae espositori, ma soprattutto buyers da tutto il mondo, consolidando il ruolo di Milano come piattaforma di eccellenza per la moda e contribuendo a generare un indotto significativo per la città"*.

WHITE Milano è uno degli eventi più rilevanti e dinamici promossi durante le Milano Fashion Week. Circa **300 aziende** provenienti da tutto il mondo presenteranno le proprie collezioni nelle location del **Superstudio (Via Tortona 27)**, **BASE Ex Ansaldo (Via Tortona 54)** e **Padiglione Visconti (Via Tortona 58)**. Il DNA che caratterizza la manifestazione sarà ben visibile all'interno del salone che si riconferma quale **piattaforma internazionale** di riferimento per le aziende e vetrina per le nuove tendenze.

Per questa stagione si è deciso di puntare su un team di giovani e talentuosi creativi che hanno unito le forze collaborando alla realizzazione delle **immagini di campagna**. Il tema di questa stagione, ideato da Massimiliano Bizzi (Founder e Art director di WHITE) è **"Women... Magical Creatures"**. Si sofferma sul valore e l'importanza della figura della donna, da sempre grande protagonista della moda. Non sono i designer che scelgono chi vestire ma sono le donne che scelgono come vestirsi, come esprimersi, come valorizzarsi. Il settore moda è una miscela di idee, di creatività, di generi che col tempo hanno avuto confini sempre meno rigidi, ma non si può negare che la figura femminile abbia avuto e abbia tutt'ora un impatto forte sulla moda.



“Penso che sia evidente a tutti che stiamo attraversando un momento di importante cambiamento e noi oggi come gruppo siamo più attenti ed impegnati all’evoluzione strategica dei progetti, in linea con il cambiamento stesso, piuttosto che soltanto al raggiungimento di grandi numeri. Spero e mi auguro che Milano colga l’opportunità di assecondare questa trasformazione e la comprenda per diventare l’indiscutibile capitale della moda europea”, afferma **Massimiliano Bizzi** Fondatore e Art Director di WHITE.

Tra i numerosi progetti di WHITE, uno di quelli di maggior successo e rilevanza mediatica è sicuramente quello delle **Secret Rooms**. Si tratta di **cinque stanze nascoste** nelle quali altrettanti **talenti internazionali di nuova generazione** presentano le proprie collezioni in spazi allestiti secondo la personale visione del proprio brand. Dopo un **accurato scouting** da parte del team commerciale capitanato da Simona Severini, General Manager di WHITE, sono stati selezionati **brand emergenti** dalla creatività estetica ben definita. Per la seconda edizione consecutiva riconfermano la loro presenza nelle Secret Rooms il designer **Alberto Ciaschini**, con le sue calzature dall’iconico tacco a sigaretta, e **Samanta Virginio**, con la sua collezione pop e iper femminile. A loro si aggiungeranno **MIAO RAN**, con una collezione che gioca con il maschile e il femminile, fondendoli e creando una visione fluida dell’abbigliamento, **YANGKEHAN**, designer cinese che trae ispirazione dall’estetica tradizionale orientale fatta di colori tenui, ben dosati, così come sono le forme morbide quasi eteree di ogni capo. Infine **PROTOTYPE: AM**, brand di prêt-à-porter di alta gamma, con sede a Berlino, specializzato nell’ideare capispalla sperimentando nuove silhouette, sovrapposizioni e volumi. Una rivisitazione d’avanguardia di piumini e altri capi tecnici con accenni dark.

MIAORAN



PROTOTYPE:AM

“In un momento complicato come questo, non è scontato mantenere intatto il proprio DNA. C’è ancora una grande difficoltà economica nel settore moda e molti sono i cambiamenti in atto. Per WHITE non scostarsi dai propri valori resta una priorità. È indispensabile continuare a portare la giusta selezione di creatività, la massima qualità mantenendo una proposta allettante per il mercato. Non è semplice evitare di cadere in tentazione ad esempio portando avanti progetti riempitivi per seguire i numeri o fare del puro business ma preferiamo essere fedeli a noi stessi e credere nei brand che finora hanno creduto in noi e continuano a farlo”, afferma **Simona Severini** General Manager di WHITE.

Nell’edizione di Febbraio 2024 sarà presente anche la selezione di **designer spagnoli** presentati con la collaborazione ormai pluriennale con **ICEX España Exportación e Inversiones**. I brand coinvolti appartengono a differenti categorie merceologiche che spaziano dall’abbigliamento all’accessorio. I sette marchi spagnoli sono: **Chie Mihara, Flabelus, Surkana, Yerse, AUGUSTA, The Extreme Collection e Anel Rinat**.

Altra importante collaborazione internazionale per WHITE è quella con **Kfashion82**. Si tratta di una **piattaforma coreana** di vendita B2B, lanciata nel maggio 2023 e gestita dal famosissimo department store **SHINSEGAE**, primo promotore della moda coreana. Il suo scopo è quello di far conoscere soprattutto i marchi emergenti e i nuovi talenti a tutto quel panorama di professionisti del settore moda. In occasione di WHITE Febbraio 2024 verranno presentate le collezioni di 6 talentuosi brand (**RYU CLASSIC, JIMINLEE, Liberadd, Kimoui, HANNAH SHIN e MAN.G**) già ben posizionati all’interno del loro mercato locale e adesso pronti ad affacciarsi verso nuove opportunità e far conoscere il proprio stile.



Fin dai suoi esordi WHITE supporta la **nuova generazione moda**, che si contraddistingue per **originalità** e impegno nella **sostenibilità**, ed è una vetrina per diverse **realità consolidate** (molte delle quali lanciate a WHITE e con cui continua a portare avanti collaborazioni). L'intero salone è il risultato di un **accurato brand mix**. Vengono abbattute le differenze (geografiche e anagrafiche) a favore del talento. Sono tantissimi i creativi che aderiscono a WHITE e tra quelli che parteciperanno a Febbraio 2024 possiamo citare **Lanhtropy**, il brand di Miami fondato dalla designer di origini uruguaiane Ani Ponce de Leon, che si avvale di un team tutto al femminile. La specialità del brand è l'essere completamente prodotto con materiali naturali, inclusi quelli usati per realizzare l'originale tecnica di spalmatura dei tessuti, con cui vengono confezionati i capi della linea Metallics.

Da divisa operaia a simbolo di ribellione giovanile, fino a diventare un must have dei nostri guardaroba, proprio il jeans è il capo simbolo del brand **No44**, nuovo marchio di lusso, ispirato alle donne che trascendono le tendenze, forti ma allo stesso tempo femminili.

Disegnato a Londra e realizzato in Mongolia, **OYUNA** realizza articoli in cashmere dal design equilibrato, di provenienza e produzione responsabile, nel rispetto dei nomadi della Mongolia, custodi della terra da cui proviene il cashmere adoperato.

**Benedetti Life** fa della sostenibilità il suo cavallo di battaglia e abbraccia la corrente dello slow fashion. Le sue collezioni – che hanno ricevuto numerosi premi e riconoscimenti – sono interamente vegane e realizzate con tessuti sostenibili come la pelle di ananas, la seta vegetale, il bambù e il cotone organico. Alcune delle stampe richiamano l'ecosistema degli animali in via d'estinzione.



YANGKEHAN



KASEI ARCHIVE

**ZONA20 MILANO** si discosta dai codici tradizionali mantenendo un approccio sobrio e un appeal internazionale in linea con la corrente del quiet luxury. Nato dalle sorelle Zoe e Cherie Wang, ZONA20 MILANO vuole posizionarsi come punto di riferimento per i giovani che prestano attenzione ai marchi di nicchia. Ogni pezzo della collezione è una testimonianza dell'artigianato e l'espressione dello stile minimalista e genderless.

**OSCI lab** si muove tra tradizione e innovazione. Nata dalla rinomata azienda di pelletteria Balma, il brand interpreta una collezione donna prêt-à-porter adottando la tecnica sartoriale declinata sulla pelle, che viene usata come tessuto in un tripudio di plissé, volant su abiti, camicie e giacche traforate per un risultato deciso e femminile.

Universi differenti come la moda e la musica, l'uomo e la donna non sono poi così distanti. Possono interagire tra loro e comunicare. A partire dalla connessione tra i co-fondatori Marco Chirico e Lintang Dewantari, il brand **Kasei Archive** supporta questo bipolarismo comunicante chiaramente leggibile nelle collezioni. Kasei Archive non ha distinzione di genere e trae ispirazione dalle subculture.

Sul fronte degli accessori si riconferma la presenza di **GAVA**, brand milanese di borse che ha conquistato, con il suo modello "Vitto", il guardaroba delle più giovani. La Vitto bag stupisce con le sue forme morbide e le nuances accese nel suo essere un accessorio funzionale, soprattutto nella misura extralarge.

**Numero 10** è il brand di Alberto Mondini, artigiano che da oltre 40 anni lavora nel mondo della pelle e della moda. La vocazione di Alberto per la pelle arriva dalla forte tradizione familiare che nel tempo si è tradotta in un metodo di lavoro che interpreta al meglio l'artigianalità tipica italiana.

**PLEIADES** è il connubio tra manifattura tradizionale e design contemporaneo. Attraverso una serie di opere d'arte e di esperimenti, la designer Min Heo presenta collezioni di calzature dalle forme autentiche e texture particolari. Lavorando a stretto contatto con gli artigiani locali e acquistando i migliori materiali in tutto il mondo, le creazioni PLEIADES sono il risultato di storie originali che abbracciano l'arte, la storia, la danza e l'artigianato.

**Alessandra Milano** presenta a WHITE calzature raffinate, sensuali e confortevoli (grazie alla presenza del memory foam). Ogni scarpa vuole essere una celebrazione del Made in Italy che raggiunge il massimo dell'espressione con il servizio "couture", che da totale libertà di personalizzazione (dalla tomaia, al tacco, ai dettagli) ai clienti interessati.

Oltre ai nuovi nomi, si riconferma la presenza un nome blasonato come **LaMilanesa**. Una collaborazione di lungo corso con il brand innovativo creato da Cinzia Macchi e nato all'insegna della creatività, della charity e dell'eco-sostenibilità di cui si fa importante portavoce.

All'interno del Superstudio si trovano anche le Loft, dove prosegue la collaborazione con **Avant Toi** e **Stefano Mortari**. È sempre sorprendente vedere il savoir-faire di questi brand all'opera e scoprire come hanno sviluppato il proprio storytelling. In questi spazi, personalizzati dai singoli designer, il buyer potrà immergersi all'interno del racconto che il brand porta avanti stagione dopo stagione. Il terzo spazio "Loft" di questa edizione accoglierà il ritorno del celebre brand di gioielli **Goti**, fondato dal maestro gioielliere Riccardo Goti con l'intento di realizzare la sua visione creativa, un gioiello sartoriale che mescola tessuti e tagli di pelle con l'argento lavorato a mano e altri piccoli elementi preziosi. Creatività, innovazione, passione nel rispetto delle tradizioni artigianali con una visione rivoluzionaria. Un connubio indissolubile tra abito e gioiello.

Goti è sinonimo di oggetti senza tempo: gioielli sartoriali, fragranze, pezzi di design.

GOTI



WHITE dedica il **Basement** a quelle collezioni di **ricerca e avanguardia**. Si tratta di creazioni moda realizzate pensando fuori dagli schemi stilistici e dalle produzioni mainstream. Racconteranno la loro storia **M1978** con i suoi gioielli realizzati a mano adoperando tecniche particolari come l'utilizzo di calchi di fiori veri in cui viene colato l'argento per ottenere forme floreali di grande impatto, **Vuscichè** propone un guardaroba agender realizzato in tessuti antichi e di recupero. Infine le creazioni della designer italo-olandese Marianne **Vanderwilt** che crea abiti femminili in pelle. Il brand Vanderwilt è riconosciuto per la lavorazione della pelle che modella fino a ricreare capi scultorei.



VANDERWILT

Alcuni brand preferiscono **specializzarsi ed eccellere** creando una sola tipologia di prodotto o collezioni di **piccole dimensioni**. Così facendo possono garantire la migliore qualità sia in termini di produzione che di creatività. La selezione di brand sarà allocata nel **Suk**, spazio open space – ormai consolidato all'interno del salone – formato da tanti piccoli **corner** ben ordinati. Per elencare alcune delle creazioni presenti, possiamo citare le borse plissettate di **Multitudes**, la maglieria artigianale di **NOGOON**, i gioielli colorati e giocosi di **hannayoo works**, gli accessori in metallo sostenibile **INEDEN** e molti altri.

A completare l'offerta del brand mix saranno presenti delle proposte in grado di soddisfare differenti richieste da parte del mercato. **La Haine Inside Us** è una collezione Made in Italy d'avanguardia dal gusto dark, dove prendono il sopravvento le tonalità all-black, le sovrapposizioni di tessuti e i tagli asimmetrici. La collezione ha rapidamente riscontrato successo a livello internazionale fondendo elementi streetwear e avanguardia. **Atelier Hamza** è il brand di origine romena fondato da Stefan Hamza. Al centro della sua visione c'è la produzione di capi ecologici (come il cotone biologico) e di alta qualità.

Viene data molta importanza alla resistenza dei capi che sono confezionati con apposite tecniche e cuciture per aumentarne la durata e di conseguenza un impatto minore sull'ambiente. Per **ANONYME designers** non è importante chi crea l'abito ma chi lo indossa. Da questo concetto ha origine il suo nome. Il brand si contraddistingue per collezioni dinamiche, di tendenza e di qualità.

White continua a promuovere prestigiosi progetti culturali legati alla sostenibilità: **l'Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (UNIDO)** presenterà nel corso della manifestazione una speciale **mostra fotografica**. Il tema dell'esposizione è la moda rapportata alla sfida globale dei **rifiuti tessili**.

La mostra, progettata dagli studenti dell'**Accademia CasaModa** di Casablanca (Marocco) verrà allestita negli spazi del Superstudio. Il progetto, sviluppato nell'ambito del programma **SwitchMed**, ha coinvolto **designer internazionali** che hanno introdotto gli studenti alle tecniche di design circolare, alla selezione di tessuti a basso impatto ambientale, al design e alle pratiche di upcycling. La mostra documenta il viaggio creativo e il processo seguito per finalizzare questa idea di **moda circolare**.

Torna anche il **WHITE VILLAGE** che propone una seconda stagione ricca di eventi e attività che coinvolgeranno partner di eccezione come **Albini Group, Mesmerize, BioQitchen** e molti altri. Dopo il successo avuto nella scorsa stagione, ritornerà anche il palinsesto presso l'auditorium **MUDEC**, dove si terranno panel dedicati a tematiche riguardanti la moda, il tessile, la sostenibilità e la tecnologia.

Nell'area **White Casa**, all'interno del **White Garden**, e nella zona **Daylight** con l'area salottiera del **Kiosk**, WHITE aprirà i progetti in collaborazione con **BioQitchen**. Azienda dall'anima green del **Gruppo HQ Food and Beverage**, nato dall'intuizione di Mauro Benincasa, che si conferma per la quarta edizione consecutiva il main partner ristorativo. Per quattro giorni migliaia di persone provenienti da tutto il mondo potranno apprezzare le proposte ideate dall'**Executive Chef di BioQitchen, Alessandro Fabbiano**.

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

madeinitaly.gov.it

with the support of



with the contribution of

