

PUBBLICITÀ DOWNLOAD THE APP "FASHION NETWORK" "The Best Fashion app" 100% free, no ads 19.028 Shows 9.911 Videos 648 Lives 3.719 Backstages 1.878 Events

DI Elena Passeri FASHION Laura Galbati PUBBLICATO IL 11 FEBBRAIO 2025 TEMPO DI LETTURA 5 minuti

White Milano moltiplica i progetti a supporto delle pmi della moda

White Milano, che quest'anno compie 25 anni, conferma il proprio ruolo di sostegno nello sviluppo delle pmi italiane del fashion illustrando in occasione della conferenza stampa di presentazione della prossima edizione (27 febbraio - 2 marzo) una serie di progetti volti a portare il made in Italy sul palcoscenico internazionale.



La conferenza stampa di presentazione della prossima edizione di White Milano

"Sapevamo che dopo la pandemia tutto sarebbe cambiato, è stata la goccia che ha accelerato un cambiamento necessario nel mondo della moda", ha commentato Massimiliano Bizzi, founder di White Milano. "I progetti che vi racconteremo dimostrano come la nostra società M.Seventy non è più solo una piattaforma espositiva, ma anche di promozione delle nostre aziende. Oggi è in atto una crisi profonda nel lusso, il consumatore chiede un altro tipo di prodotto e per non lasciare il mercato al low cost, perché questo è il rischio, le nostre pmi possono e devono colmare questo spazio. Il mondo è molto grande, le opportunità per implementare il business all'estero sono importanti".

Tra le iniziative presentate durante la conferenza, l'accordo siglato tra Retail Leaders Circle (RLC) e White Milano, durante il RLC Global Forum, svoltosi a Riyadh il 5 e il 6 febbraio. Brenda Bellei, ceo di White Milano, e Panos Linardos, presidente del Forum Globale RLC, hanno firmato un Memorandum of Understanding (MoU), creando una partnership strategica per promuovere la crescita globale e l'espansione dei brand selezionati appositamente da White nel contesto del progetto Circle portato avanti da Brenda Bellei e Monica Sarti.

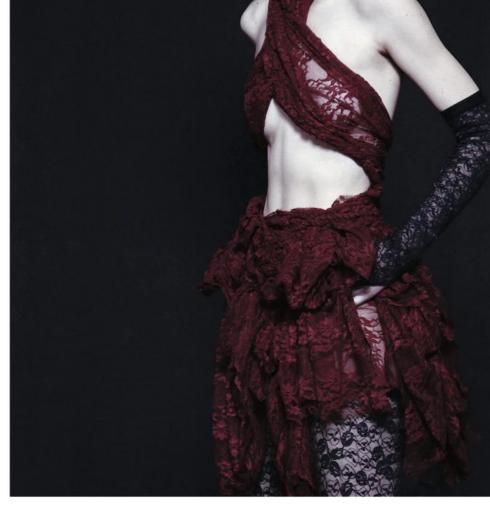


Panos Linardos, Presidente del Forum Globale RLC e Brenda Bellei, ceo di White Milano

"Il Retail Leader Circle è una realtà di portata internazionale che riunisce i player principali del comparto, basati principalmente nei Paesi del Golfo, fino ad arrivare in mercati emergenti come Vietnam e Singapore", spiega Bellei. "Grandi gruppi che stanno affrontando il problema di introdurre delle novità nelle loro strutture per far fronte all'importante cambiamento in atto nella moda. Hanno necessità di aggiornare il loro brand mix e si sono affiancati alla nostra realtà per apprezzare le pmi italiane al fine di creare accordi di sviluppo commerciali e partnership strategiche. L'obiettivo è di portare nei loro Paesi un 'new luxury', con prodotti dal design particolare e dalla qualità altissima, e con un giusto posizionamento di prezzo".

PUBBLICITÀ DOWNLOAD THE APP "FASHION NETWORK" "The Best Fashion app" 100% free, no ads 4.216 People 3.719 Backstages 1.878 Events

Parallelamente, "Con il progetto Circle vogliamo selezionare un gruppo di pmi clienti di White e supportarle nell'approciare i canali distributivi nei Paesi del Golfo, dove 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". Nell'ambito dell'iniziativa, White è stato scelto dal Gruppo AlMalki per inaugurare un esclusivo pop-up store nel department store Westerly di Riyadh. Il pop-up, che rimarrà aperto da febbraio fino a maggio 2025, ospiterà le creazioni di aziende italiane e internazionali legate al salone, tra cui Faliero Sarti, La Milanese, Flabelus, NiLuu, Pahisa Formentera, Naira Khachatryan, Bokja e Tanoura.



Oh Carla, uno dei marchi presenti nelle Secret Rooms di White Milano

Altro elemento da sottolineare è la partnership siglata da White Milano e Simest, volta a supportare lo sviluppo delle aziende moda italiane attraverso finanziamenti agevolati con i quali le imprese potranno finanziare la loro partecipazione agli eventi fieristici fisici e digitali del 2025.

Ma venendo all'imminente nuova edizione, il salone ospiterà circa 300 brand, il 55% italiani e il 45% esteri. Sono 120 i buyer attesi grazie al contributo di ICE.

Tra le conferme più apprezzate, le Secret Rooms, che ospiteranno cinque talenti internazionali emergenti, come spiega Simona Severeni, general manager di White: "Avremo il ritorno di Vid'Phrogma dalla Cina, con una collezione che celebra la cultura tibetana. Al loro debutto nelle Secret Rooms saranno Maz Manuela Alvarez dalla Colombia, un brand slow fashion che fa realizzare il 90% dei suoi capi a mano da artigiani che fanno parte di gruppi etnici vulnerabili; Carolcott, nato su un'isola nel nord dell'Estonia dove vivono solo 69 persone; la label italiana Oh Carla, fondata a Milano da Carlotta Boldracchi e Claudia Nesi e 100% handmade con una produzione a impatto zero; e il marchio René dalla Danimarca, che mescola proporzioni oversized e silhouette architettoniche, ispirandosi sia all'estetica asiatica, in particolare giapponese, che a quella scandinava".



Maz Manuela Alvarez

Novità nell'area Basement, lo spazio speciale dedicato alle collezioni di ricerca in grado di unire l'abilità artigianale con l'innovazione stilistica, è il brand Daub, un progetto che fonde la raffinatezza del design italiano con la praticità delle costruzioni giapponesi.

Numerose le novità internazionali: "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", prosegue Severeni.

Il salone vedrà dunque la presenza di Teclor, brand giapponese che vanta un'esperienza pluridecennale nella creazione di abiti su misura; dal Perù arriverà Sake, simbolo di moda sostenibile che unisce le tendenze globali al patrimonio culturale peruviano. Provergono invece da Montreal le creazioni di Black Suede Studio, realizzate a mano in alcuni dei migliori atelier di calzature del mondo. Non mancherà l'ormai iconico Suk, che consente di scoprire prodotti originali come le borse intrecciate di Elli Vivaldi, lo streetwear di Nataeada e le creazioni colorate e unisex di MP8, con un approccio sostenibile al riuso dei tessuti.



René

All'interno del brand mix di White saranno inoltre presenti alcuni brand armeni, presentati dalla Fashion & Carment Chamber of Armenia, e una delegazione di stilisti Indigeni canadesi, coordinati dall'Indigenous Fashion Arts (IFA) di Toronto, un'organizzazione senza scopo di lucro che sostiene le popolazioni e le comunità indigene che lavorano nella moda, nell'artigianato e nel tessile.

Riconfermata anche per questa edizione la presenza di 13 marchi provenienti dalla Spagna, grazie al supporto prezioso di ICEX España Exportación e Inversiones. Saranno invece 25 le collezioni presenti grazie al contributo di Confartigianato Moda, 10 per l'abbigliamento e 15 per gli accessori.

Infine, dopo il successo dell'edizione di settembre 2024, Istituto Marangoni rinnova la sua partnership con White presentando una versione completamente digitale del format "TM Talent Showroom": 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 immersiva. "TM Talent Showroom" evolverà ulteriormente a settembre 2025 con una formula innovativa in chiave phygital, unendo esperienza fisica e virtuale.

Copyright © 2025 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.

TAGS | MODA | PRÉ-À-PORTER | ACCESSORI | SCARPE | MODA | SALONI / FIERE

VISUALIZZA ANCHE

Four article thumbnails: 1. L'estero traina le presenze di Milano Unica (Saloni / Fiere) 2. Mido in scena dall'8 al 10 febbraio con 1.200 espositori e 1.000 mq in più (Saloni / Fiere) 3. Conto alla rovescia per il Salone del Mobile (Saloni / Fiere) 4. A Fabric Affair: visitatori in crescita del 20%, espositori saliti del 12% (Saloni / Fiere)