

# WHITE<sup>®</sup>

MILANO

27.28 FEBRUARY 01.02 MARCH 2025

## PROSEGUONO I PROGETTI INTERNAZIONALI DI WHITE, SALONE DEDICATO AL CONTEMPORARY E AL NEW LUXURY.

**WHITE Milano e il Retail Leaders Circle siglano una partnership strategica.**

**WHITE Milano** torna con grande energia, ampliando il suo raggio d'azione oltre i tradizionali appuntamenti fieristici durante la fashion week milanese e dando il via a una serie di iniziative internazionali. L'obiettivo è trasformare WHITE in una **piattaforma dinamica e versatile**, capace di sostenere le aziende del settore moda con attività retail innovative ed eventi esclusivi in mercati strategici, protagonisti in ascesa del panorama globale attuale. Così evolve naturalmente **ExpoWHITE**, progetto nato nel 2022 per dare visibilità su Milano e fornire formazione a realtà di mercati emergenti fuori dalla canonica geografia della moda, e che oggi porta i brand di WHITE proprio alla scoperta di quei territori emergenti e in forte crescita economica. Come portavoce del **new luxury**, WHITE è stato scelto dal prestigioso **Gruppo AIMalki** per inaugurare un esclusivo pop-up store nel rinomato department store **Westerly**, a Riyadh. Questo pop-up, resterà aperto da febbraio fino a maggio 2025 ospitando le creazioni di alcune delle aziende più affermate nel nostro salone, tra cui Faliero Sarti, La Milanese, Flabelus, NiLuu, Pahiesia Formentera, Naira Khachatryan, Bokja e Tanoura.

Sempre a Riyadh, un altro traguardo significativo è stato raggiunto con la firma di un accordo strategico con Panos Linardos, Presidente del **RLC Global Forum**. Questa partnership mira a promuovere la crescita globale e l'espansione dei brand selezionati con cura da WHITE, nell'ambito del progetto **CIRCLE**, ideato da Brenda Bellei e Monica Sarti. Un passo fondamentale verso una connessione internazionale sempre più forte e innovativa.

*"Con il progetto CIRCLE vogliamo selezionare un gruppo di PMI 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*



MAZ MANUELA ALVAREZ

*possono non attivarsi per cominciare a entrare in quel mercato dalle enormi opportunità"* afferma **Brenda Bellei**, CEO di WHITE.

Questa collaborazione ha l'obiettivo di aprire **nuove opportunità di business** per un selezionato gruppo di PMI nel settore moda e lifestyle, puntando a espandere i canali di distribuzione internazionali. Non solo l'Arabia Saudita, ma anche i mercati limitrofi, arrivando fino a Singapore, Vietnam e Indonesia, creando così una rete globale che

valorizzi le eccellenze del settore aumentando la loro distribuzione retail.

*"Appena Brenda e Maxmi hanno contattato per coinvolgermi nel progetto CIRCLE ne ho capito immediatamente la visione e le potenzialità di business ed ho accettato di essere loro partner in questa ambiziosa avventura, che oggi per quanto riguarda il mio marchio, Faliero Sarti, ha in programma già 4 pop up in apertura nell'area GCC. Con loro lavorerò anche allo sviluppo internazionale di altri brand che individueremo insieme per ampliarne il business in quell'area come in altre"* afferma **Monica Sarti**, Creative Director di Faliero Sarti.

Se da un lato ExpoWHITE ha portato a questi nuovi progetti di espansione retail, non si è comunque fermato sul fronte dalla **formazione dei nuovi designer**. Per questo WHITE ha avviato un programma speciale in collaborazione con **M7**, l'incubatore della moda e della cultura in Qatar. Tramite una serie di workshop e webinar, alcuni dei loro migliori 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 di WHITE avranno accesso a **nuovi canali di distribuzione**, fino ad oggi inesplorati, essenziali per affermarsi in un mercato in continua evoluzione e dalle enormi opportunità economiche.

*coscienti che tutto sarebbe cambiato e quindi ad oggi vedere che i progetti si sono realizzati e 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"* afferma **Massimiliano Bizzi**, Founder di WHITE Milano.



CAROLXOTT

RENÉ



*"I risultati internazionali ottenuti, come gli accordi raccontati nel comunicato, mostrano che il nostro gruppo ha avuto una visione chiara dopo il periodo della pandemia,*

Un elemento fondamentale da sottolineare è la partnership tra WHITE Milano e **SIMEST**, nata per supportare lo sviluppo delle aziende moda italiane attraverso un'opportunità di agevolazione esclusiva. Grazie a questo **finanziamento**, le imprese possono finanziare la loro partecipazione non solo a tutti gli eventi fisici del 2025, ma anche a quelli digitali che presto verranno svelati.

Tutte queste nuove iniziative non solo ampliano l'orizzonte di WHITE, ma rafforzano anche l'identità del salone stesso, rinomata **vetrina B2B internazionale** dedicata all'innovazione e alla ricerca nel mondo della moda. Patrocinato dal **Comune di Milano** e supportato dal **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, dall'**ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero** e l'**Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e dalla **partnership con Confartigianato Imprese**, WHITE torna a Milano con la sua nuova edizione **dal 27 febbraio al 2 marzo 2025**. Un evento imperdibile nel cuore del Tortona Fashion District, riservato ai professionisti del settore, dove la creatività dei designer conferma ancora una volta il ruolo di leadership di WHITE nel panorama fashion globale.

La manifestazione ospita **circa 300 brand** (con una divisione del 55% per l'Italia e il 45% per l'estero), spingendo i confini dell'estetica e della sostenibilità, e anticipando

le tendenze future del mercato. Con eventi esclusivi e un ambiente dinamico, WHITE Milano si conferma come un hub di incontro, dialogo e crescita per l'intera industria della moda, evolvendosi da un semplice evento fieristico a una piattaforma di promozione e sviluppo per le imprese.

*"Complimenti a WHITE per il suo importante anniversario. In questi 25 anni ha saputo crescere, adattarsi ai cambiamenti del mercato e affermarsi come un punto di riferimento per la moda contemporanea, anticipando tendenze e dando spazio a brand emergenti e realtà consolidate. Un percorso che ha arricchito il panorama della moda milanese"* afferma **Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro e della Moda del Comune di Milano.

All'interno dell'evento non mancano le **Secret Rooms**, uno dei progetti più apprezzati di ogni edizione. Un'esperienza esclusiva che invita a scoprire il lato creativo e innovativo

OH CARLA



della moda contemporanea. Anche quest'anno, sono stati selezionati con cura cinque talenti emergenti, brand che si distinguono per audacia e uno storytelling affascinante. Queste "stanze segrete" sono pensate per stimolare la curiosità e l'immaginazione, creando un'atmosfera intima e coinvolgente, ideale per esplorare le nuove collezioni di questi designer. Torna, per completare il percorso intrapreso nella scorsa edizione, il brand **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. Le altre Secret Rooms, invece, portano in scena delle novità entusiasmanti. **MAZ MANUELA ALVAREZ** (Colombia) 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



YID'PHROGMA

etnici vulnerabili. Le silhouette senza tempo, i tessuti originali e i dettagli artigianali rendono ogni capo **MAZ** una vera e propria eredità, unica e differente. **CAROLXOTT** (Estonia) è pensato per persone avventurose. 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, seasonless 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 100% handmade nello studio di Milano e promuove un approccio couture e sostenibile che consente di produrre a impatto zero. Il design di **RENÈ** (Danimarca) sfida le convenzioni, mescolando proporzioni oversize e silhouette architettoniche, ispirandosi sia all'estetica asiatica che a quella scandinava. Il brand esplora come i vestiti interagiscono con il movimento e la postura, adattandosi a diverse fisicità, età e genere.

Novità nell'area **Basement**, lo spazio speciale dedicato alle collezioni di ricerca in grado di unire con semplicità 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.

Ogni scelta del brand mix è ponderata per rispettare il DNA di WHITE senza tralasciare le preferenze del mercato ed osando nella scelta, quando la creatività e il talento dei designer spiccano particolarmente. Anche in visione di

quelle che saranno le preferenze dei compratori, principali visitatori del salone.

*"Così come è importante per WHITE il binomio contenuto-contenitore, lo è mantenere un giusto equilibrio anche tra quelli che sono poi i protagonisti dell'evento, ovvero i singoli brand e i buyer. 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"* afferma **Simona Severini**, General Manager di WHITE.

SAKE



Nell'edizione di Febbraio 2025 c'è **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 arriva invece **SAKE**, un simbolo di moda sostenibile che unisce le tendenze globali al patrimonio culturale peruviano. La sostenibilità per questo brand significa preservare tradizioni e supportare le popolazioni indigene dell'Amazzonia grazie al lavoro necessario per la produzione della collezione. Direttamente da Montreal arrivano 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. **SKILLS MILANO** che celebra un'eleganza timeless, in grado di unire modernità e raffinatezza in capi che avvolgono il corpo con linee eleganti. Pensata per una donna che ama distinguersi, la collezione propone volumi armoniosi, blazer versatili, pantaloni dal fit variabile e gonne che giocano tra modelli classici e asimmetrici. Tradizione e innovazione si intrecciano per creare capi che parlano di individualità con **FRONT STREET**, brand che torna a WHITE anche con la seconda linea **OPUS FLORENTINUM BY FRONT STREET**. Si tratta di capi fatti non solo per essere indossati, ma per essere vissuti.

Non manca anche in questa stagione l'iconico **Suk**, una delle aree più apprezzate del salone in cui scoprire collezioni di piccole dimensioni in grado di catturare l'attenzione al primo sguardo grazie a prodotti originali e ben caratterizzati tra i quali le bellissime borse intrecciate di **ELLI VIVALDI**, lo streetwear di **NATAEDEA** e le creazioni colorate e unisex di **MP8** con un approccio sostenibile al riuso dei tessuti.

Una delle partnership più durature di WHITE è quella con **Confartigianato Moda**, un rapporto consolidato che ha portato nel corso degli anni allo sviluppo e alla promozione delle **piccole-medie imprese italiane**. Sono 24 le collezioni presenti con il contributo di Confartigianato Moda. Per l'abbigliamento sono presenti i brand **BLUI, DLB, DOUUD, MA'RY'YA, MAURIZIO MASSIMINO, PINTORIE, PS DON'T FORGET ME, SCAGLIONE** e **SHE'S SO**. Per la parte accessori sono presenti le collezioni di **12PM, ARRON, FRANCESCA BIANCHI DESIGN, FORNARI, LABELLE, LE DAF, MONTE SPORT, PASSION BLANCHE, REPTILE'S HOUSE, SALCE 197, SHOTO, SILVIA GNECCHI, VIPERA, VIVYINROSA** per finire con i profumi ricercati presentati da **RELEASE DISTRIBUTION** in rappresentanza dei brand **EPHEMERAL DYADIC, GRAMMATIK DRAMMATIK, IGGYWOOD, J-SCENT, MOTH AND RABBIT PERFUMES** e **SON VENIN**.

Riconfermata anche per questo primo evento del 2025 la presenza di alcuni **designer provenienti dalla Spagna**. Tredici collezioni, che spaziano dall'abbigliamento alla calzatura, partecipano a WHITE in rappresentanza dell'estro e della creatività spagnola. Questo è possibile grazie al supporto prezioso di **ICEX España Exportación e Inversiones**, partner di WHITE da numerosi anni, che sostiene le aziende spagnole nell'internazionalizzazione del proprio business. I brand presenti sono: **814 EZCARAY, ASPRON STUDIO, AUGUSTA, CUSTO BARCELONA, FLABELUS, HENRY HARROWAY, NKN NEKANE, SKATIE, SKFK, SSSTUFF, SURKANA, THE EXTREME COLLECTION** e **YERSE**.

Dopo il successo dell'edizione di Settembre 2024, **Istituto Marangoni** rinnova la sua partnership con WHITE per presentare in esclusiva a Febbraio 2025 la versione completamente digitale del format **I'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 buyers un'esperienza totalmente immersiva. L'M Talent Showroom evolverà ulteriormente a Settembre 2025 con una formula innovativa in chiave phygital, unendo esperienza fisica e virtuale. Una nuova opportunità per dare un concreto supporto ai migliori fashion designers emergenti parte della Alumni Community di Istituto Marangoni, ma anche per offrire un servizio innovativo alle aziende del network di WHITE.

*"È con entusiasmo che Istituto Marangoni rinnova la partnership con WHITE per presentare una nuova versione digitale di l'M Talent Showroom, una piattaforma che rappresenta un passo importante nell'innovazione della moda. Questo progetto offre ai giovani talenti della nostra community una visibilità globale, mettendo a disposizione uno strumento innovativo che permette ai buyer di scoprire collezioni in modo immersivo e coinvolgente. È una nuova opportunità per connettere il futuro della moda con i professionisti del settore, superando le barriere geografiche e creando esperienze uniche per tutti"* afferma **Stefania Valenti**, Istituto Marangoni Managing Director.

All'interno del brand mix di WHITE sono presenti alcuni brand armeni, presentati dalla **Fashion & Garment Chamber of Armenia**. Grazie a questa iniziativa, la creatività dei designer armeni (che coniuga alla perfezione la tradizione culturale con l'innovazione della moda) viene presentata direttamente ai protagonisti del mercato internazionale avendo così l'occasione di cogliere nuove opportunità di business. Il progetto è cofinanziato dal Private Sector Development and TVET South Caucasus Programme con il supporto dal GIZ Armenia per conto del governo tedesco. I brand coinvolti: **ACHE BCN, ANKASA, BOYAKHCHYAN, TAT MNOYAN, MADE\_VEL\_E, MOMENTS OF WHITE, NIKOLYAN, SHABEEG, THE WSHOP** e **Z.G.EST**.

Rinnovata la presenza a WHITE Milano – dopo il successo riscontrato nel 2023 – di 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. I designer presenti

quest'edizione: Justin Louis per **JUSTIN JACOB LOUIS**, Kinoo Arcentales per **YANA MANTA**, Meghan Weeks per **MDW JEWELRY**, Randi Nelson per **UNORTHODOX**. Completano la delegazione Scott Wabano per **WABANO** e **Sage Paul**, Direttrice artistica di IFA. Questa partecipazione non è solo una celebrazione della moda Indigena canadese, ma anche un messaggio potente di armonia con l'ambiente e di rispetto per le radici culturali. Gli stilisti Indigeni canadesi portano con sé una visione del mondo che unisce estetica ed etica, invitando tutti a riflettere sull'importanza di un futuro sostenibile.

Si ringraziano i numerosi sponsor di questa edizione di WHITE. Food&Beverage partner sono **New Team Banqueting (Dada Café)** che gestisce i punti ristoro all'interno della location del Superstudio Più e **Spacedelicious** che si occupa degli eventi serali con un'offerta di prodotti provenienti da un'attenta ricerca di trattorie, ristoranti, pasticcerie e pizzerie, che si meritano il titolo di vere e proprie istituzioni culinarie del belpaese. L'Ape Car di **LùBar**, caffetteria e ristorante nel cuore di Milano, crea un'oasi di pace e convivialità nell'area Garden, immergendoci tra i profumi e i sapori mediterranei. Si ringrazia anche **PATATAS NANA** che sarà partner con i suoi gourmet per un momento aperitivo di alta qualità. A soddisfare la sete ci pensa **WAMI**, il brand di acqua minerale nato con una missione semplice ma significativa: porre fine al problema globale dell'acqua, offrendo a ciascuno di noi l'opportunità di essere parte della soluzione. E nel caso si volesse bere dell'altro, **Italian Wine Brands**, leader nel settore vinicolo e primo gruppo italiano quotato in Borsa, durante gli eventi serali farà degustare il vino Made in Italy **VOGA**.

Un ringraziamento speciale va al brand **Sittingsuits** – rappresentato da **Studio360 Showroom** – per aver fornito al team di WHITE Milano dei cappotti personalizzati per l'evento, trasformando un semplice capospalla in una dichiarazione iconica che è sia funzionale che artistica. Infine importantissima la presenza del **Gruppo Renord**, punto di riferimento nel mondo delle quattro ruote, che gestisce tra gli altri anche il brand Renault. WHITE ha stretto una partnership per tutto il 2025 con Renord che fornisce le courtesy car per l'evento.

#### Per maggiori informazioni:

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

PRESS KIT



con il supporto di

[madeinitaly.gov.it](http://madeinitaly.gov.it)



con il patrocinio di