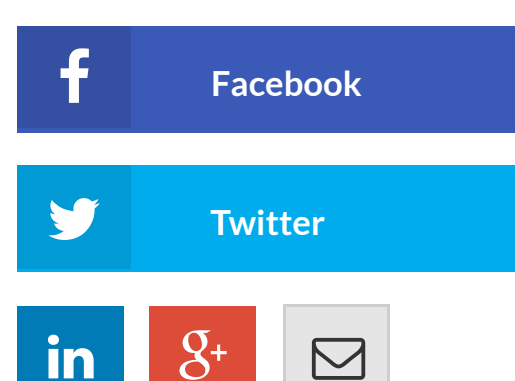


Home / Market

MODA DI RICERCA, PER FAR RIPARTIRE I CONSUMI

White: nell'edizione di settembre sono tornati i grandi retailer italiani

24 September 2024



«Il ritorno in massa dei best shop compensa il lieve calo generale e fisiologico degli operatori». Questo il bilancio dell'edizione di settembre di **White**, di scena a Milano, nel Tortona district, tra il 19 e il 22 settembre, con le proposte per la Spring-Summer 2025 di oltre 300 marchi della moda di ricerca.

«La soluzione immediata per fare ripartire i consumi, in un mercato globale che vede la massificazione dei trend a tutti i livelli di target, è il ritorno alla ricerca - dichiara **Massimiliano Bizzi**, fondatore e direttore creativo del salone. I compratori, in generale, hanno posto attenzione alle collezioni con un contenuto di novità, personalità e sostenibilità, anche nella fascia dei prezzi. Un dato molto positivo registrato in questa edizione è il ritorno dei grandi retailer italiani, le cui vetrine sono un faro a livello internazionale. Da tempo abbiamo avviato un percorso di trasformazione e oggi ne iniziamo a cogliere i primi frutti concreti ben visibili anche nella frequentazione ripetuta dei buyers durante i giorni della manifestazione».

Gli espositori sono stati selezionati sulla base dell'originalità delle collezioni, dell'identità dei singoli brand e il processo di produzione, connotato dall'artigianalità e dall'unicità, come spiegano gli organizzatori di **M.Seventy**. Il brand mix ha incluso realtà di nicchia difficili da "scovare" con il fai da te.

Tra loro i marchi nelle Secret Rooms come **Yid'Phrogma**, che prende spunto dal folklore tibetano (la traduzione del marchio è "ragazza affascinante") e **Yangkehan** (nella foto seguente), brand cinese che ha proposto un womenswear elegante in materiali preziosi come la seta e le piume. Nelle Camere Segrete anche le collezioni di **Cavia**, marchio fondato da **Martina Boero** (nella foto in alto) che propone una serie di capi realizzati all'uncinetto riciclando filati di vario tipo o che assemblano centrini e teli ricamati che in passato sono stati tovaglie, tovaglioli o forse camicie da notte.



Tra le collettive dall'estero ha attratto l'attenzione l'area dedicata al Sud America, che ha ospitato, tra gli altri marchi, il colombiano **Verdi**. Il suo core business è l'interior design ma da qualche tempo sta proponendo una serie di borse, tra clutch, secchielli e tracolline ispirate alla tradizionale mochila, ottenuti lavorando a crochet sottili fili di rame e alpaca (nella foto seguente).

Dal Sud Africa, invece, il knitwear **Abantu**, colorato e con motivi che abbracciano l'heritage di diverse comunità locali e l'abbigliamento femminile **GoodFriday**, che predilige i tessuti plissé e prende spunto dai drappaggi degli abiti tradizionali. In questa edizione della fiera è tornata l'Armenia, con marchi di calzature come **Boyakhchyan** (nella foto seguente) e di abbigliamento come **z.G.est**.



Tra le realtà italiane, ha letteralmente brillato **Coppola e Toppo**, marchio di bijoux indossato da dive come Jacqueline Onassis e Maria Callas, che vanta collaborazioni con maison come **Dior**, **Schiaparelli** ed **Emilio Pucci**, in fase di rilancio con il nuovo proprietario **Paolo Longhitano** (nella foto seguente).



Negli spazi dell'ex-Ansaldo si sono fatti notare il marchio di maglieria pop **Paloma Tejidos**, nato due anni fa in Argentina, come pure l'italiano **Mi ricordi il mare**, che nasce nelle Cinque Terre come collezione resort che include giacche camicie in spugna, T-shirt, teli e ciabatte in gomma riciclata. Last but not least, erano made in Salento le originali borse **Le Daf** nate dalla creatività di **Fernando Pezzuto** e create con i tessuti sardi artigianali ma dipinti a mano con colori fluo ed effetti glitter (nelle foto seguenti).



e.f.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](mailto:redazione@fashionmagazine.it).

Stampa l'articolo