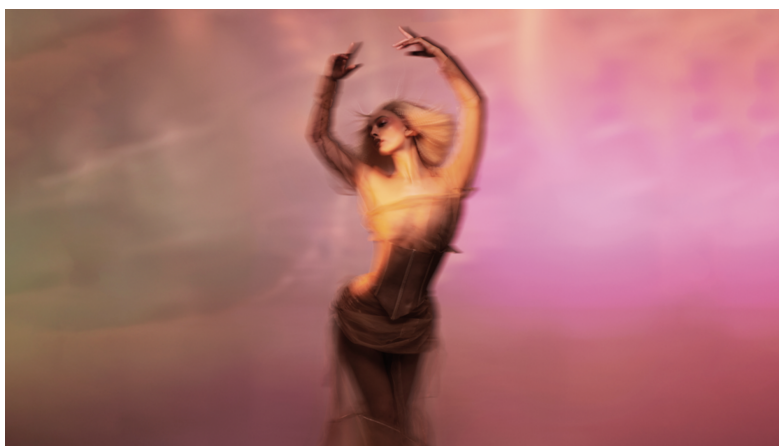




A White Milano un'alchimia di scouting, innovazione e internazionalità



DAL 22 AL 25 FEBBRAIO

23 January 2024

Facebook [White](#)

[White](#)

%20Milano%20un%E2%80%99alchimia%20di%20scouting%2C%20innovazione%20e%20internazionalit%C3%A0" target="_blank"> Twitter [White](#) -164110-detail.png" alt="" title=" [White](#) " id="4dd86c90">

Tre sedi in via Tortona (il Superstudio Più al civico 27, il Base Ex Ansaldo al 54 e il Padiglione Visconti al 58) e circa 300 aziende espositrici per la prossima edizione di **White Milano**: il salone, di cui sono state annunciate stamattina le novità durante una conferenza stampa a Palazzo Reale, è in programma dal 22 al 25 febbraio, con il patrocinio del **Comune di Milano** e il supporto del **Maeci (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale)** e di **Ice** - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, senza contare la partnership con **Confartigianato Imprese**.

Tra i progetti di maggiore successo e rilevanza mediatica della rassegna spicca *Secret Rooms*: cinque stanze "nascoste", all'interno delle quali altrettanti talenti di nuova generazione presentano le proprie collezioni in spazi allestiti secondo la propria personale visione.

Dopo un attento scouting del team commerciale, guidato da **Simona Severini** (general manager di [White](#)), sono stati scelti per febbraio due stilisti già presenti alla scorsa edizione - **Alberto Ciaschini** con le sue calzature contraddistinte dal tacco a sigaretta, e **Samanta Virginio**, le cui creazioni risentono di influssi pop - insieme alle new entry **Miao Ran** (nella foto), **Yangkehan** e **Prototype: Am**. Se Miao Ran gioca sulle contaminazioni tra maschile e femminile, Yangkehan (nato in Cina come Miao Ran) rilegge la tradizione orientale, fatta di colori tenui e forme morbide, quasi eteree. Quanto a Prototype: Am, si tratta di un marchio di prêt-à-porter di alta gamma basato a Berlino, che sperimenta modi innovativi di interpretare il capospalla.

In un momento complesso come quello che stiamo vivendo lo scouting è ancora più importante, come fa notare Simona Severini. «È indispensabile - dice - continuare a portare la giusta selezione di creatività e la massima qualità, mantenendo una proposta



allettante per il mercato. Per noi di **White** non scostarci dai nostri valori resta una priorità».

«Non è semplice evitare di cadere in tentazione - prosegue - puntando ad esempio su progetti riempitivi per seguire i numeri o fare del puro business, ma preferiamo restare fedeli a noi stessi».

La prossima edizione porta alla ribalta anche sette designer spagnoli, presentati grazie alla collaborazione ormai pluriennale con **Icex Espana Exportación e Inversiones: Chie Mihara, Flabelus, Surkana, Yerse, Augusta, The Extreme Collection e Anel Rinat**.

Un'altra importante collaborazione internazionale è quella con **Kfashion82**, piattaforma coreana di vendita B2B, lanciata nel maggio scorso e gestita dal department store **Shinsegae** con l'obiettivo di far conoscere brand emergenti agli addetti ai lavori. In occasione di **White** Milano ne sono stati selezionati sei: **RyuClassic, Jiminlee, Liberadd, Kimoui, Hannah Shin e Man G.**

Da non lasciarsi sfuggire poi nomi originali e sostenibili da tutto il mondo, come **Lanthropy** (fondato a Miami dalla designer di origini uruguayane **Ani Ponce de Leon**, a capo di un team tutto al femminile), **No44** il cui slogan è "Denim without compromise" e **Oyuna**, articoli in cashmere disegnati a Londra e realizzati responsabilmente in Mongolia.

A proposito di sostenibilità, è il cavallo di battaglia di **Benedetti Life**, che utilizza tra i materiali - tutti vegan - buccia di ananas, seta vegetale, bambù e cotone organico. Quanto a **Zona20 Milano**, fondato dalle sorelle **Zoe** e Cherie Wang, le parole d'ordine sono artigianato, genderless e minimalismo. Tecniche sartoriali applicate alla pelle, trattata come se fosse un tessuto, contraddistinguono **Osci lab**, collezione nata all'interno dell'azienda di pelletteria **Baima**, mentre fa capo a **Marco Chirico e Lintang Dewantari** il marchio **Kasei Archive** (nella foto sotto), che vive di contaminazioni con le subculture.

Sul fronte accessori conferma la propria presenza a **White** Milano **Gava**, borse "made in Milan" tra cui il modello **Vitto**, apprezzato dalle giovanissime. Dietro a **Numero 10** c'è invece un artigiano, **Alberto Mondini**, che da oltre 40 anni lavora nel mondo della pelle e della moda.

Artefice di **Pleiades** è la designer **Min Heo**, le cui calzature sfoggiano texture particolari. Restando in tema di calzature, sono sensuali e raffinate quelle di **Alessandra Milano**, rigorosamente made in Italy e personalizzabili con un servizio "couture". Una certezza sono inoltre le borse de **La Milanese**, frutto della creatività di **Cinzia Macchi**.

All'interno del Superstudio si trovano anche le **Loft**, dove prosegue la collaborazione con **Avant Toi** e **Stefano Mortari**, ma sale alla ribalta anche una realtà come **Goti**: gioielli sartoriali messi a punto dal maestro gioielliere **Riccardo Goti**, che propone anche fragranze e pezzi di design.

Il **Basement** è la casa delle collezioni di ricerca e all'avanguardia, fuori dal coro: tra queste **M1978** (gioielli fatti con tecniche molto particolari), **Vuscichè** (un guardaroba agender in tessuti antichi e di recupero) e **Vanderwilt** (nella foto sotto), sinonimo di abiti femminili in pelle.

Parlando invece del **Suk**, è un open space formato da tanti piccoli corner, l'ambientazione ideale per le borse plissé di **Multitudes**, la maglieria artigianale di **Nogoona**, i gioielli colorati di **Hannayoo Works** e gli accessori in metallo sostenibile di **Ineden**, per citare alcuni nomi.

A completare il brand mix di **White** Milano non mancano label come **Le Haine Inside**



Us (un made in Italy d'avanguardia, di gusto dark) e **Atelier Hamza** (capi ecologici di alta qualità, in capo al romeno **Stefan Hamza**). Interessante inoltre **Anonyme Designers**, che confeziona i capi con tecniche ad hoc per renderli durevoli.

A côté della manifestazione sono da citare iniziative culturali come la mostra fotografica sulla sfida globale dei rifiuti tessili, presentata da **Unido (Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale)** e progettata dagli studenti dell'**Accademia CasaModa** di Casablanca in Marocco. Un progetto all'insegna della moda circolare, sviluppato nell'ambito del programma **SwitchMed**, che ha coinvolto anche alcuni designer internazionali.

Seconda stagione per il **White Village**, il "fuori salone" che si articola tra il **White Garden @Superstudio**, il **White Bistrot @Phyd**, il **Botanical Club**, il **Mudec** e il Padiglione Visconti: in quest'ultima location aprirà i battenti l'evento **Looking Back**, vetrina dell'abbigliamento e degli accessori rétro, realizzato insieme a **East Market**. Confermata la partnership musicale con **Mtv Italia**, mentre si rafforza la collaborazione con **Botanical Club** e **BioQitchen**.

Un ricco e articolato programma, dunque, per una quattro giorni di cui l'assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro di Milano, **Alessia Cappello**, sottolinea «la capacità di anticipare tendenze e selezionare proposte di qualità, con un'attenzione sempre maggiore a sostenibilità e innovazione, valori fondamentali del nostro patrimonio manifatturiero e di quella filiera produttiva che tanto rappresenta il tessuto economico e occupazionale della nostra città e del nostro Paese».

«Attrahendo espositori e buyer da tutto il mondo - conclude Cappello - **White** consolida il ruolo di Milano come piattaforma d'eccellenza per la moda e contribuisce a generare un indotto significativo per la città».

«È evidente che tutti stiamo attraversando un momento di importante cambiamento - chiude il cerchio **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director di **White**, riallacciandosi anche alle parole di Simona Severini -. Oggi noi come gruppo siamo più attenti e impegnati che mai all'evoluzione strategica dei progetti, in linea con il cambiamento stesso, piuttosto che solo al raggiungimento dei grandi numeri. Mi auguro che Milano colga l'opportunità di assecondare questa trasformazione e la comprenda, per diventare l'indiscutibile capitale della moda europea».

Nella foto di apertura, la campagna di **White**: ideata da **Massimiliano Bizzi** e realizzata da un team di giovani creativi, ha come tema "Women...Magical Creatures"

