



White arriva in Arabia Saudita l'eleganza italiana si fa pop-up

IL SALONE

White sbarca in Arabia Saudita. Il salone milanese che andrà in scena dal 27 febbraio al 2 marzo nel Tortona fashion district di Milano con proposte dedicate al womenswear e agli accessori per l'a/i 25/26 ha firmato una partnership con AlMalki group, che opera nel mercato del Middle East, concui sarà realizzato un pop-up in calendario da febbraio a maggio nel department store Westerly a Riyadh.

IBRAND

Protagonisti sei marchi internazionali, clienti consolidati del salone milanese, scelti in base all'unicità delle collezioni e alla forte connotazione stilistica. Tra questi c'è Faliero Sarti che da oltre 70 anni crea foulard realizzati a mano in cashmere, lana, seta e altre fibre naturali, arricchiti da stampe iconiche. Flabelus reinventa le classiche espadrillas spagnole in scarpe da indossare tutto l'anno. Ogni paio di scarpe è realizzato in Spagna, unendo il design senza tempo con il comfort e la qualità delle antiche tecniche artigianali spagnole. Famoso per creatività, solidarietà ed ecosostenibilità è La Milanese, il brand di borse firmate dalla designer Cinzia Macchi.

E ancora NiLuu, le cui creazioni in seta vegana, 100% sostenibile e biodegradabile promuovono una moda etica, che celebra la cultura estetica della Turchia e Naira Khachatryan che promuove l'arte indossabile. La stilista armena, specializzata nella creazione di capi di maglieria pura, infonde in ogni sua creazione un vero e proprio viaggio sensoriale. Per finire Pahies Formentera la griffe che nasce

dall'amore per l'isola più autentica delle Baleari. Kimoni, tuniche e ponchi, realizzati con materiali pregiati e una cura artigianale impeccabile. «Siamo molto orgogliosi che il Dna di White sia sempre più apprezzato a livello internazionale da gruppi non solo retail, ma anche capaci di sviluppare il business delle aziende in forme che possono approdare a contratti di joint venture, licenze e aperture di negozi», ha spiegato Brenda Bellei, co-fondatrice e ad di White. «La nostra volontà attraverso tutti i progetti internazionali che andremo a concretizzare nel corso del 2025 è quella di supportare le nostre aziende clienti nello sviluppo del loro business, anche al di fuori dei giorni del salone». Consapevole del proprio ruolo di game-changer, White è capace di intercettare il bisogno del pubblico e di tratteggiare una nuova idea di moda, come frutto di una intensa ricerca di marchi fortemente connotati, solidi e con giusto rapporto qualità prezzo, criteri che da sempre animano la manifestazione meneghina. «Il mercato del lusso in Saudi Arabia è sempre più attento a prodotti dal forte contenuto di immagine, qualità e unicità che si trovano a White», ha rimarcato Christophe Penne, General Manager Lifestyle Division AlMalki.

Camilla Gusti

© RIPRODUZIONE RISERVATA





► 7 febbraio 2025



Sopra, un'immagine della passata edizione del salone White. A destra, un modello NiLuu

