



## White Milano, tutte le novità e le tendenze del prêt-à-porter 2025



In concomitanza con la fine della kermesse della Milano Fashion Week di fine settembre si conclude anche l'ultima edizione di WHITE Milano. Con più di 300 espositori ripartiti tra due location Superstudio 35 e Ex Base Ansaldo, nel cuore della rinomata Tortona Fashion District, la manifestazione si conferma un successo e un appuntamento imperdibile per gli addetti del settore e gli appassionati di moda e tendenze. La selezione dei brand avviene tramite una valutazione di un team esperto affinché siano rispettati i valori che caratterizzano da sempre il DNA di WHITE qualità, sostenibilità, originalità, creatività. L'edizione di settembre 2024 rappresenta ancora una volta una preziosa opportunità e una vetrina in grado di dare visibilità a un mix di marchi dai più affermati a quelli più di nicchia, un progetto sinergico, che unisce ricerca e originalità e che fa sì che WHITE Milano sia un contenitore unico nel suo genere. Da sempre portavoce di tendenze e cambiamenti, l'ultima edizione di WHITE Milano ha offerto innumerevoli novità e iniziative importanti. Per dare risalto alle diverse anime della manifestazione tante sezioni distinte e concepite per distinguere i singoli progetti creativi.

Le Secret Room s Fiore all'occhiello della manifestazione. I talenti vengono scelti dopo uno scouting scrupoloso e sono in tutto cinque, tre riconfermati e due nuovi. Le collezioni sono esposte in mini showroom personalizzati e allestiti in modo da permettere al visitatore di immergersi e cogliere l'essenza della creatività di ciascuno di loro. Miaoran designer cinese porta in scena La Tempesta una collezione agender e oversize dai toni neutri che si ispira a una giornata di fine inverno interamente realizzata con tessuti di scarto ricamati in patch. Ogni capo è unico. Direttamente da Berlino approda il brand Prototype:AM con la collezione OUT OF OFFICE . I codici dell'abbigliamento da ufficio escono dalla comfort zone dei blu, neri e grigi e puntano tutto sul verde oliva. Tra le new entry della sezione Yid'Phrogma , brand tibetano, il nome significa ragazza graziosa e lo è anche la collezione. Pochi pezzi, lavorati con il velluto di yak, che prendono spunto dalla cultura e folklore locale. Yangkehan si distingue per una collezione che è un manifesto alla femminilità e si distingue per la tecnica del drappeggio che realizza con le sete più preziose. E' la prima volta al WHITE anche per Cavia , brand upcycling della designer Martina Boero che prosegue la ricerca e il riuso di materiali di seconda mano. Daily Meal è il nome della collezione e si ispira ai corredi della nonna.

Il Basement È lo spazio dedicato all'avanguardia. Qui il colore predominante è il nero e le collezioni esposte in quest'area sono il frutto di una ricerca e di una lavorazione destinata a un pubblico di nicchia. Spiccano nomi come Vandervilt e IA London quest'ultimo interamente Made in England.



Le Loft Si chiamano così gli spazi di grande visibilità all'interno di **WHITE** che questa stagione ha ospitato oltre a brand già noti come Stefano Mortari con la sua maglieria ultra chic anche un collettivo di giovani designers sud africani patrocinati da Fashion Firm SA. Tra le novità di quest'area emergono The **White** Raven luxury brand di capi artigianali e realizzati a mano in edizione limitata e che riscopre l'irregolarità e la bellezza dell'imperfezione. Mentre la designer greca Mariana Méndez ha dedicato moltissimi anni a perfezionare la tecnica ispirata al minimalismo giapponese che le permette di realizzare abiti e accessori come le maxi borse più affini al design.

#### Progetto Expo **White**

È un'iniziativa di global fashion nell'ottica di una moda circolare e senza frontiere. Promuove e supporta i brand internazionali in tutte le fasi di sviluppo dalla ricerca dei tessuti fino alla distribuzione. I governi locali si avvicinano al **WHITE** proprio per sviluppare il business e cercare nuove alleanze. Quest'anno emergono i collettivi creativi provenienti dalla Spagna, dall'Armenia, dal Sud Africa, Corea e Brasile; quest'ultimo promuove le collezioni dei talenti vincitori del Latin Fashion Awards una piattaforma internazionale fondata da Constanza Etro e Silvia Argüello.

#### I'M Talent Showroom

E ultimo ma non per importanza tra le novità più interessanti di questa ultima edizione brilla l'I'M Talent Showroom che nasce da una esclusiva collaborazione con l'Istituto Marangoni di Milano. Lo showroom dedicato ospiterà le collezioni di cinque Alumni selezionati, tre già affermati e due emergenti, offrendo loro la possibilità di incontrare i top buyers del settore e promuovere iniziative di new business.

Per Cavia è la prima volta al **WHITE**. Il brand upcycling della designer Martina Boero prosegue la ricerca e il riuso di materiali di seconda mano. Daily Meal è il nome della collezione e si ispira ai ricordi e ai corredi della nonna. Bellissime le camicie realizzate con gli asciugamani vintage.

La stilista greca ha passato molti anni a perfezionare una tecnica più affine al design giapponese. Tutte le sue borse sono realizzate a mano e numerate.

Memoritopia è il nome evocativo della collezione di IA London legato alla memoria e ai ricordi. Il marchio è interamente Made in England.

Il designer cinese porta in scena La Tempesta una collezione agender e oversize dai toni neutri che si ispira a una giornata di fine inverno interamente realizzata con tessuti di scarto ricamati in patch. Ogni capo è one of a kind.

Direttamente da Berlino approda il brand ProtOtype:AM con la collezione OUT OF OFFICE . I codici dell'abbigliamento da ufficio escono dalla comfort zone dei blu, neri e grigi e delle silhouette regular e puntano tutto sull'oversize e le nuance del verde oliva e naturali.

Luxury brand di capi artigianali in edizione limitata. L'imperfezione del capo realizzato a mano diventa il suo punto di forza.

Le collezioni dello stilista sono un inno alla femminilità. L'uso di sete pregiate permettono di realizzare in maniera sublime la tecnica del drappaggio.

Il nome del brand tibetano significa ragazza graziosa e la collezione rispecchia perfettamente questa definizione. Pochi pezzi, lavorati con il velluto di yak, che prendono spunto dalla cultura e folklore locale.

