



WHITE consolida la sua leadership globale: tra nuovo lusso e internazionalizzazione, sia in termini di aziende che di buyer e arricchisce il proprio palinsesto con RLC Fashion Summit con 200 stakeholder internazionali di eccellenza.



L'edizione di settembre 2025 di WHITE Milano, dedicata alle collezioni Primavera/Estate, si è conclusa con un ampio apprezzamento da parte dei buyer, che hanno riconosciuto l'elevato livello di qualità e innovazione delle proposte presentate. Questa edizione ha confermato l'evento come un appuntamento imprescindibile per il mondo della moda, capace di coniugare tradizione e avanguardia. WHITE Milano non è solo un palcoscenico per brand affermati, ma soprattutto una piattaforma dinamica e visionaria, che sostiene il vero talento e anticipa le tendenze future, con il suo rinomato scouting, sempre con una piena e lucida conoscenza del mercato attuale.

Patrocinato dalla **Regione Lombardia, dal Comune di Milano e supportato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) e dall'ICE – Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane, in partnership con Confartigianato Imprese**, l'evento si è svolto nel cuore del **Tortona Fashion District**, presentando un brand mix di 364 marchi di abbigliamento e accessori, provenienti da tutto il mondo, di cui 55% provenienti dall'estero e 45% dall'Italia. Si attesta al 22% la crescita degli espositori rispetto alle ultime 2 edizioni.

Il salone è stato partner di **Retail Leaders Circle Global Forum**, palcoscenico della strategia globale della moda, con focus sul segmento retail, che al Mudec, Museo delle Culture ha ospitato il primo **Retail Leaders Circle Fashion Summit**. Il panel ha riunito 200 alti rappresentanti provenienti dai settori della moda, del lusso, del retail, della tecnologia e degli investimenti con il tema **"Forces of Tomorrow"**. L'incontro ha offerto ai leader un'importante piattaforma per affrontare i profondi cambiamenti che stanno ridefinendo il settore: dai nuovi mercati in crescita, alla trasformazione guidata dalla tecnologia, fino all'evoluzione delle aspettative dei consumatori.

L'edizione inaugurale del Fashion Summit ha messo in evidenza come i mercati interconnessi – dalle capitali della moda già affermate alle aree in rapida crescita – stiano plasmando il futuro dell'industria globale e aprendo nuove traiettorie di sviluppo.

"Il RLC Fashion Summit unisce due forze straordinarie: la creatività della Milano Fashion Week e la capacità strategica necessaria per orientarsi nell'attuale scenario complesso e in continua evoluzione", ha dichiarato Panos Linardos, Chairman del RLC Global Forum. "Riunendo voci diverse in un unico contesto, creiamo

lo spazio per una collaborazione e un pensiero innovativo che definiranno il futuro della nostra industria."

Tra le mission di M Seventy, società titolare e organizzatrice del salone, oltre al supporto al Summit, vi è il sostegno alla designer saudita **Tala Abukhaled** con il suo brand **Rebirth**. Selezionata da Massimiliano Bizzi tra i talenti emergenti del programma Saudi 100 Brands, iniziativa promossa dalla Saudi Fashion Commission e presentata a WHITE nelle edizioni di settembre 2022 e settembre 2023, Rebirth ha partecipato a WHITE Resort nel giugno 2025, riscuotendo grande interesse da parte dei buyer più influenti del settore. Forte di questo successo, la designer ha potuto fare il suo ingresso nel segmento del prêt-à-porter new luxury, con una collezione interamente realizzata in Italia, grazie alla collaborazione con Jato 1991, azienda del gruppo Minerva S.p.A., uno dei principali player industriali italiani specializzati in abbigliamento e accessori di alta gamma.

M Seventy è stata inoltre selezionata come partner strategico della terza edizione della Riyadh Fashion Week, che si terrà dal 16 al 21 Ottobre, occupandosi della gestione del Designer Wholesale Showroom, promosso dalla Fashion Commission del Ministero della Cultura Saudita. Lo showroom ospiterà circa 50 brand sauditi, offrendo loro un supporto completo nella preparazione e presentazione delle collezioni e favorendo l'affluenza di buyer internazionali e locali, di investitori e opinion leader del settore. Il ruolo di M Seventy si estende al coordinamento e affiancamento dei designer nell'allestimento e sviluppo del segmento wholesale, attività di scouting dei buyer, e organizzazione di tour guidati, incontri B2B e presentazioni personalizzate.

A WHITE forte presenza di buyer internazionali tra cui: **Bongenie** (Francia), **Simons** (Canada), **Harvey Nichols** (Qatar), **Le Bon Marchè** (Francia), **Joyce** (HK), **Baycrew's** (Giappone), **Elle Shop** (Giappone), **Hankyu** (Giappone), **Isetan** (Giappone), **Harvey Nichols** (Kuwait), **Vitkac** (Polonia), **Bosco di Ciliegi** (Russia), **Harvey Nichols** (Turchia), **Stockmann** (Russia), mentre dall'Italia sono giunti **Sugar**, **Mantovani Shop**, **Tessabit**, **Spinnaker**, **Penelope**, **Bernardelli**, **Franz Kraler**, **Helmè**, **Susi Hub**, **PozziLei**, **Dantone**, **La Rinascente**, **Chapters**, **Gibot**, **Gaudenzi**, per citarne alcuni.

Successo per l'area **Resort**, che ha interessato tra gli altri buyer quali **Eden Rock Resort** (St. Barthelemy), **Sandy Lane Resort** (Barbados), **Roccoforte Hotels** (Italia), **Cheval Blanc** (St. Barth), **Thaiti Boutique** (Francia).

Un ruolo chiave nell'apertura internazionale di WHITE è stato svolto dalla rete di ambassador, attiva in modo capillare nei principali mercati esteri. Grazie al loro lavoro strategico e alla profonda conoscenza dei territori di riferimento, WHITE ha potuto rafforzare relazioni con buyer, retailer, opinion leader e stakeholder locali, rappresentanti della press, contribuendo in maniera significativa all'ampliamento del network internazionale della manifestazione.

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

Una rete dinamica e in continua espansione, che rappresenta un asset fondamentale per lo sviluppo futuro del progetto. Si è registrato un **+7%** di buyer esteri. Balzo in avanti, importante, rispetto al settembre scorso, dei paesi del Middle East, sui quali il Gruppo M Seventy sta lavorando da tempo e, in modo particolare, Arabia Saudita. Buona l'affluenza anche da Spagna, Giappone, che raggiunge livelli interessanti e paesi di lingua tedesca, Germania, Austria e Svizzera. Per quanto riguarda il mercato italiano, anche la nostra manifestazione segnala una flessione, che si attesta al **-11%**.

Molto apprezzato il progetto **ExpoWHITE**, nato nel 2022 per offrire visibilità e supporto a marchi affermati presenti in paesi che sono fuori dai circuiti tradizionali. Hanno nuovamente confermato la loro presenza a WHITE, brand provenienti dall'**Armenia**, dal **Brasile** e dalla **Spagna**, quest'ultima grazie al sostegno di **ICEX España Exportación e Inversiones** e dalla **Romania**. Il team commerciale di White insieme al Fashion Design Council of India, ha inoltre selezionato nove designer indiani che, grazie alla loro creatività, hanno ottenuto il plauso dei compratori internazionali.

Proposte dal **Qatar**, grazie alla collaborazione con l'incubatore della moda e della cultura **M7**, hanno trovato nella piattaforma il loro trampolino di lancio verso nuovi mercati.

Cinque i marchi i protagonisti delle Secret Rooms, spazi speciali che invitano il visitatore a scoprire talenti emergenti. Da Uk è arrivata **Clara Pinto**, dall'Estonia **Carolxott**, dall'Arabia Saudita è giunto il marchio **Rebirth**, mentre dalla Danimarca il brand **Renè**. Infine dalla Colombia ha presentato la sua collezione insieme ad una capsule realizzata con Adidas Colombia, per la prima volta al di fuori dalla Colombia, la designer Manuela Alvarez, con il brand omonimo **Maz Manuela Alvarez**. Nello spazio della designer, White è stato orgoglioso protagonista di una diretta Instagram alla quale hanno partecipato **Tom Vinkenvleugel**, Sr Director brand activation di Adidas Colombia e **Simona Severini**, General Manager WHITE.

L'area **Basement** lo spazio speciale dedicato alle collezioni di ricerca, ha ospitato il brand londinese **Dreaming Eli**, che, dopo aver sfilato alla London Fashion Week, ha scelto WHITE per presentare le sue creazioni ai compratori internazionali.

Sempre di grande interesse il progetto realizzato con Istituto Marangoni, **I'M TALENT SHOWROOM**, dedicato a designer Ex Alumni, che hanno goduto di una formazione accademica e creativa. Tra loro: **Fiallo**, **Cascinelli**, **Maison Rags**, **Lukas Christ**, **Wonderkid**.

Tra i progetti speciali di questa edizione: **Ballantyne**, protagonista dell'iniziativa **"Showroom Connection"**, iniziativa che offre ad alcuni marchi selezionati la possibilità di esporre solo una parte della loro collezione al salone, con il resto visibile direttamente presso il loro showroom e un "Secret Project" che ha svelato agli operatori un brand internazionale di altissimo profilo.

"Il 7% di crescita del mercato estero e l'incremento soprattutto dei mercati del Golfo, sono la dimostrazione di una strategia e di un lavoro messo in atto da tempo, quello di esplorare mercati nuovi per le nostre aziende. Percorreremo lungo questa strada affacciandoci anche su mercati dove la domanda è ancora importata" - così
Massimiliano Bizzi Fondatore e Presidente WHITE.

with the support of



with the patronage of