



White Milano al via il 19 settembre con 300 aziende

Scritto da [Isabella Naef](#)

3 ore fa



White Milano al via giovedì 19 settembre. La kermesse dedicata alla moda donna prêt-à-porter sarà in scena fino al 22 settembre, in contemporanea con la Milan fashion week. Protagoniste le collezioni primavera-estate 2025 di oltre 300 aziende che verranno esposte all'interno delle location principali di White, ossia il Superstudio Più (via Tortona 27) e il Base Ex-Ansaldo (Via Tortona 54).

White Milano andrà in scena dal 19 al 22 settembre

Rinnovato il patrocinio del Comune di Milano, con il supporto del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci), di Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e con la partnership di Confartigianato Imprese.

Bizzi: il settore vive un momento di grande incertezza

"Il settore vive un momento di grande incertezza e questo è evidente a tutti, come si vede da questa presentazione la nostra strategia è quella di lavorare attentamente per portare a White marchi di ricerca e tante novità che possano attirare l'attenzione dei buyer più importanti e internazionali. È proprio in questi momenti che si può scrivere una pagina nuova, che si possono fare nuove alleanze e grazie alla visione creare progetti più contemporanei", ha spiegato ieri, a Milano, durante la conferenza stampa di presentazione del salone, Massimiliano Bizzi, fondatore e art director di White.

"La tendenza delle grandi realtà è quella di affidarsi sempre più ai propri archivi creando nuove collezioni con più cautela. Dall'altra parte, le aziende contemporary che frequentano White, grazie alla loro struttura più snella riescono a cogliere meglio questi cambiamenti", ha affermato Simona Severini,

general manager di White.

Un look della collezione Cavia *Credits: Courtesy of White Milano*

Nelle secret rooms, un progetto che prosegue nelle edizioni continuando a puntare i riflettori sui talenti emergenti del panorama moda odierno, saranno presenti i marchi: Yangkehan, Miaoran e Prototype:Am. A queste etichette si aggiungono Yid'phrogma e Cavia, per la prima volta a White.

Yangkehan affonda le sue radici nella storia e la cultura dell'estetica orientale tradizionale. Le sue creazioni sono un manifesto di femminilità e il chiaro esempio dell'abilità di padroneggiare la tecnica del drappeggio che realizza utilizzando seta pregiata e tessuti speciali che richiedono un'intricata lavorazione a mano. Da Berlino arriva Prototype:Am, un brand prêt-à-porter di alta gamma che mescola l'aspetto tecnico dei capispalla, elemento focus della sua collezione, con la creatività e i dettagli degni di un prodotto luxury. Yid'phrogma ha come tema centrale della sua creatività la cultura, l'arte e il folklore tibetano. Attingendo all'esperienza nel design e l'uso dei tessuti di velluto di yak, il marchio predilige texture e tinture speciali per ricreare un'atmosfera che richiama gli affreschi del Tempio Jokhang.

Daily Meal è il titolo della collezione di Cavia, brand di abbigliamento upcycling ed eco-friendly, nella quale la designer Martina Boero prosegue il percorso di ricerca, scoperta e il riuso di materiali di seconda mano. La collezione prende ispirazione dalla quotidianità partendo da un punto di incontro: la tavola. I corredi delle nonne vengono utilizzati per omaggiare la bellezza del ricordo e l'importanza della conservazione e del riuso.

Nel basement le collezioni di Vanderwilt e Vuscichè

Il basement di White è lo spazio dedicato alle collezioni con un focus sulla ricerca e l'avanguardia. Per questa edizione, i brand sono delle riconferme della

precedente stagione: Vanderwilt e Vuscichè.

Nell'elenco dei brand di settembre figura anche Atelier 1985, una collezione atemporale, lussuosa e cross-seasonal per donne metropolitane di tutte le età, fondato dalla designer svizzera Lea Dätwyler. Presenti al salone di zona tortona anche le borse Hidesins che offrono una nuova prospettiva alla tradizionale lavorazione della pelle. Realizzate a mano con pellame italiano, si fanno portavoce di un fascino silenzioso che punta all'essenzialità. Tra le altre novità anche Opus Florentinum by Front Street che celebra l'arte dell'artigianato fiorentino presentando una linea di abbigliamento. Attraverso l'upcycling il marchio dà nuova vita a tessuti del passato trasformandoli in creazioni di pregiata fattura che sono un vero tributo al savoir-faire italiano.

Tra le altre novità di White Settembre 2024 rientra la presentazione della collaborazione con Istituto Marangoni per la prima edizione di "I'm talent showroom". Un'iniziativa pensata per offrire un supporto commerciale concreto ai talentuosi creativi di Istituto Marangoni che hanno intrapreso un percorso imprenditoriale e che potranno cogliere nuove occasioni grazie alla visibilità data dalla vetrina internazionale di White Milano. Lo showroom ospiterà le collezioni di cinque alumni selezionati, tre già affermati e due emergenti, offrendo loro l'opportunità di incontrare i buyer del settore e instaurare nuove connessioni. I designer della prima edizione sono: Unhidden (della designer Victoria Jenkins), Sandra Mansour, Pronounce (co-fondato da Jun Zhou), Marco Vinci e Ascend Beyond (di Emanuele Abbondanza).

ExpoWhite coinvolgerà Spagna, Armenia, Sud Africa, Corea del Sud, Brasile e America Latina

Il salone porta avanti anche il progetto ExpoWhite. In questa edizione i Paesi coinvolti saranno la Spagna, l'Armenia, il Sud Africa (presente con uno spazio dedicato all'interno delle Loft già citato), la Corea del Sud, il Brasile e l'America Latina con la presenza dei Latin American Fashion Awards.

“La piattaforma White è divenuta negli anni un punto di riferimento interna-

zionale anche per la filiera che rappresentiamo a monte e a valle; i designer e i Governi internazionali che si approcciano a White vedono in noi le capacità di sviluppare il loro business dal supporto nella ricerca dei tessuti, alla produzione fino a creare per loro dei veri e propri percorsi di distribuzione e posizionamento studiati ad hoc tenendo conto del loro heritage , espressioni stilistiche e caratteristiche culturali”, ha raccontato Brenda Bellei, ceo di M.Seventy, società organizzatrice di White.

Un capo del marchio Yid’phrogma

Un capo del marchio Yid’phrogma *Credits: Courtesy of White Milano*

massimiliano bizzi

Milan Fashion Week

SS25

Trends

Vuscichè

White Milano



