



White Milano - HUB Style



- HUB Style
- /
- White Mila...

White Milano, anticipa di un giorno l'apertura e conferma il *Village*. Il salone di via Tortona, che si snoda tra i civici 27, 54 e 58, per la prima volta anticipa la schedule **da giovedì 22 a domenica 25 febbraio**, anziché l'abituale long weekend da venerdì a lunedì. E porta in scena le nuove collezioni donna prêt-à-porter, dedicate alla fall winter 2024-2025.

White Milano, allineato alla Milano Fashion Week

“Questa scelta è frutto di un’analisi attenta sui flussi della settimana della moda e l’anticipo è strumentale per agevolare il coordinamento logistico degli operatori del settore, rimanendo allineati alle date delle fashion week internazionali”, ha spiegato durante la conferenza stampa **Massimiliano Bizzi**, fondatore e art director della manifestazione, *“La moda rimane cruciale per Milano e il settore fieristico lo è sempre di più alla luce delle difficoltà di altre città in questo campo come Parigi. White evolve, proponendo eventi collaterali all’esperienza B2b come il nostro Village che giunge alla seconda edizione, questo perché innovare in un momento come quello attuale significa osare e presidiare il mercato perché non c’è più spazio per dieci capitali della moda in ambito fieristico: ne rimarrà una sola e Milano con White punta ad avere la leadership”*.

Come di consueto, l’evento è patrocinato dal **Comune di Milano** con il supporto del unta ad avere la leadership”.

Come di consueto, l’evento è patrocinato dal **Comune di Milano** con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale (MAECI)**. E di **Ice-Agenzia per la Promozione all’Estero e l’internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e con la partnership di **Confartigianato Imprese**.

“Milano deve diventare la capitale della moda europea”, dichiara l’assessora **Cappello** ha annunciato che la settimana della moda di settembre ha generato un indotto pari a 90 milioni di euro per la città, ben oltre le aspettative.

“La collaborazione tra Ice e White è un meccanismo consolidato e fortemente condiviso sul fronte dell’internazionalizzazione, della comunicazione e delle azioni su



posto. **White** è un evento saliente per il nostro calendario”, ha continuato **Matteo Masini** di Ice. *“Il comparto fieristico ha attraversato un periodo complicato ma non abbiamo mai smesso di crederci, anzi abbiamo scommesso su eventi in presenza come **White** che hanno una presenza forte e radicata. Certo bisogna adattarsi ai cambiamenti, ma la nostra vocazione è la promozione del made in Italy anche per quelle aziende che per dimensione non ne avrebbero la possibilità”.*

White_Milano_6.9.23-300x200.jpg" alt="White_Milano" width="1000" height="668" id="192a2962">

In scena dunque oltre 320 aziende, il 60% italiane, dedicate al womenswear e accessori per l'autunno/inverno 24/25. Tra le sezioni più calde, il nuovo capitolo di Secret Rooms con la partecipazione di **Alberto Ciaschini, Samanta Virginio, Miao Ran, Yangkehan** e **Prototype**. La delegazione spagnola grazie a **Icex España Exportación e Inversiones**, che porta in scena **Chie Mihara, Flabelus, Surkana, Yerse, Augusta, The Extreme Collection** e **Anel Rinat**. E la collaborazione con la piattaforma coreana B2b Kfashion82, che fa capo al department store **Shinsegae**, e che presenta sei realtà come **Ryu Classic, Jiminlee, Liberadd, Kimoui, Hannah Shin** e **MAN.G**.

Piccoli brand, sostenibilità e artigianato in Tortona

Tra le proposte di **White**, come di consueto, ci saranno brand di ricerca dal dna sostenibile come **La Milanese, Benedetti Life, Atelier Hamza**, piccoli marchi artigianali, come Alessandra Milano, Numero 10. Ma anche molte realtà internazionali: una selezione di sette marchi spagnoli in collaborazione con Ice e sei brand coreani in collaborazione con la piattaforma Kfashion82. Che è gestita dal department store Shinsegae. L'idea è quella di offrire – attraverso lo scouting – un luogo cui i buyer possano attingere nel tentativo di riportare in negozio prodotti di ricerca. Per soddisfare una clientela sempre più esigente e in evoluzione.

*“La manifestazione è un' opportunità di mercato e di sviluppo per le piccole e medie imprese, ma anche un'occasione da cogliere per infondere nel consumatore un'idea di consumo diverso – spiega **Moreno Vignolini**, presidente di Federazione Moda di Confartigianato Imprese che è partner di **White** -. Dobbiamo cominciare a rendere più consapevoli consumatori nei loro acquisti e **White** è la piattaforma più importante nella città più importante della moda che può andare in questa direzione”.*

Torna anche il **White Village** che propone una seconda stagione ricca di eventi e attività che coinvolgeranno partner come **Albini Group, Mesmerize, BioQitchen** e molti altri. Dopo il successo avuto nella scorsa stagione, ritornerà anche il palinsesto presso l'auditorium Mudec, dove si terranno panel dedicati a tematiche riguardanti la moda, il tessile, la sostenibilità e la tecnologia.

di **Valeria Oneto**

