

WHITE®

SIGN OF THE TIMES

15.16.17 GIUGNO 2024
VIA TORTONA, 27 - SUPERSTUDIO PIÙ - MILANO

WHITE Milano, patrocinato dalla **Regione Lombardia** e dal **Comune di Milano**, si appresta a tornare con un format resort interamente dedicato alla moda di piena estate. L'edizione di **WHITE Giugno** – in programma dal **15 al 17 presso il Superstudio Più** in via Tortona 27 – sarà il contenitore in cui poter scoprire e valutare le novità 2025. Una moda estiva elegante e raffinata che spazia dalle collezioni prêt-à-porter alle capsule resort, in grado di vestire più occasioni (dalla giornata in spiaggia al cocktail serale) mantenendo il perfetto equilibrio tra la sofisticatezza di un look ricercato e la libertà che dona indossandolo.

“Il ritorno con la seconda edizione di WHITE a giugno, dopo il debutto dell'anno scorso, è una notizia molto positiva e conferma come da oltre vent'anni, WHITE sia una vetrina importante per la moda, capace di cogliere le tendenze del mercato e attirare nella nostra città decine di migliaia di professionisti del settore, molti dei quali provenienti

dall'estero. Con le fashion week, anche WHITE contribuisce ad accrescere il prestigio del Made in Italy e a consolidare Milano come capitale indiscussa della moda a livello internazionale” dichiara **Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro del Comune di Milano.

All'interno del salone saranno presenti circa **100 brand** provenienti da tutto il mondo e che riconoscono WHITE come una delle vetrine più affermate e consolidate del settore. Tutte le collezioni selezionate per questa edizione, dall'abbigliamento agli accessori, rispondono alla crescente domanda del mercato di avere un **guardaroba estivo versatile**, declinabile per più occasioni, facilmente abbinabile senza però rinunciare a nulla in termini di stile e qualità. Per questa ragione il **brand mix è variegato** e accontenta più gusti, soddisfacendo la necessità di vivere l'estate in maniera più completa, senza limitarsi alla vita da spiaggia.

“Siamo sempre molto attenti alle evoluzioni del mercato del nostro settore. Ad oggi il mondo Resort rappresenta una grande opportunità di business per le nostre aziende, in quanto i più importanti resort al mondo già esistenti e quelli in apertura, specialmente nell'area del Middle East, ci stanno chiedendo di avere nuovi brand di ricerca. Per questo motivo crediamo e continuiamo ad investire in quest'iniziativa” afferma **Massimiliano Bizzi**, Presidente e Fondatore di WHITE.

“WHITE RESORT ha preso parte alla prima edizione della Red Sea Fashion Week che si è tenuta in Saudi Arabia presso la meravigliosa location del St. Regis Resort, presentando una selezione di marchi Made in Italy che hanno riscontrato un importante successo in termini di comunicazione e possibilità di sviluppo di business. Sono numerose le strutture ricettive con splendide boutique che apriranno le porte a breve in tutta l'area saudita pertanto è nostra intenzione integrare al massimo il nostro format WHITE RESORT con le opportunità che questa area può offrire” afferma **Brenda Bellei**, CEO di M.Seventy.

Per questa edizione la **Special Area** ospiterà il colombiano **Agua by Agua Bendita**. Il fascino esotico dell'America Latina racchiuso in questa collezione di abbigliamento resort e beachwear, sarà il protagonista di uno spazio esclusivo e personalizzato che rifletterà appieno la sua identità. Agua by Agua Bendita presenterà “Aurora”, l'esclusiva collezione Resort 2025 che evoca la bellezza della ricca e variegata natura della Colombia.



Morbide tonalità pastello colorano gli abiti impreziositi da tessuti pregiati, ricami elaborati e farfalle 3D. Le silhouette iconiche del brand vengono reimmaginate per abbracciare in modo armonioso lo stile vacanziero mentre i parei sono pensati per essere abbinati ai costumi da bagno e copricostumi, proponendo una soluzione che passa con continuità dal giorno alla sera. Mantenere un brand mix accuratamente selezionato è uno dei punti di forza di WHITE. La fase di scouting è continua, vengono analizzate centinaia di canditure a cui si affiancano mesi di ricerca e numerosi viaggi al fine di identificare nuove realtà moda, progetti che si contraddistinguono per la propria creatività e giovani talenti emergenti. Finito lo scouting da parte del team commerciale, il risultato è la brand list presente al salone, sempre ricca di novità e brand stimolanti.

“C'è un forte desiderio di dedicarsi del tempo di qualità e usare al meglio le poche parentesi di libertà che abbiamo a disposizione nella vita frenetica di oggi. Che sia un weekend in spiaggia o una breve fuga in qualche spa immersa nel verde, la necessità è quella di poter mettere in valigia capi comodi, stratificabili, in tessuti che non si sgualciscono facilmente e abbinabili tra loro per ottimizzare il poco spazio di un bagaglio e all'occasione creare dei look ricercati da sfoggiare per un brunch in compagnia o un cocktail serale. L'idea di WHITE Giugno è quella di proporre un guardaroba trasversale. La necessità è quella di offrire soluzioni no season in cui i materiali, i design e i colori tipicamente estivi riescono a integrarsi armoniosamente nell'abbigliamento di tutto l'anno. L'idea di abbigliamento estivo per WHITE – che ha da sempre uno stretto legame con il prêt-à-porter – non si limita all'elemento acqua. Per noi la moda estiva e resort rappresenta un modo di essere e uno stile di vita che non si incasella nelle classiche stagionalità, assecondando una preferenza nel modo di vestirsi in modo consapevole, attualmente in forte ascesa” afferma Simona Severini, General Manager di WHITE.



CANSUXI



KANZU

Preziose collaboratrici per la realizzazione di WHITE Giugno, sono Denise Togni e Lucia Missoni, titolari dello **Showroom Studio360** di Milano. Una realtà consolidata che rappresenta numerosi designer internazionali, con un accento sulle realtà legate alla **moda di piena estate**. Grazie alla loro professionalità ed esperienza, hanno contribuito all'organizzazione del salone lavorando in sinergia con WHITE. La **cooperazione dei due team** ha portato alla selezione di una rosa di brand interessante, eterogenea per stile e tipologia di prodotto, con una visione della moda estiva e resort che rispecchia le necessità attuali.

CANSUXI è un invito a sentirsi liberi, si svincola dal tempo, dalla stagione e dall'occasione, offrendo capi per un guardaroba di lusso duraturo e sostenibile. Per **Sruti Dalmia** invece disegnare abiti è stata una vocazione irrefrenabile che l'ha portata a sviluppare un'estetica unica, le cui radici affondano nello stile cosmopolita e nell'artigianato tradizionale dell'India. Stampe vivaci, texture leggerissime e silhouette femminili caratterizzano **Yola Neme**, brand che rievoca nelle sue creazioni la bellezza tropicale dei paesaggi ecuadoriani. **Tallulah Resortwear** è lusso sostenibile, un'ode al glamour rilassato arricchito da silhouette morbide, dettagli ben curati e materiali artigianali pensati per mantenere la propria modernità nel tempo. Sfumando il confine tra loungewear e outerwear, lusso e sostenibilità, il design di **niLuu** omaggia la cultura estetica della Turchia. Spostandoci verso la Grecia, **KANZU** combina la tradizione del ricamo dell'isola di Sciro con i materiali naturali e la seta di Soufli creando una collezione dalle geometriche pulite. **Adriana Degreas** mixa nel suo abbigliamento e beachwear lo stile cool-chic brasiliano con un design innovativo e cutting-edge. Una proficua e lunga

collaborazione di WHITE è quella con **Faliero Sarti**, realtà storica nata nel cuore della Toscana e diventata nel tempo sinonimo di filati nobili e tessuti di qualità. Ad oggi sotto la guida di Monica Sarti, alla terza generazione, il brand spicca per le sue sciarpe e foulard leggerissimi e morbidi al tatto. La designer reinventa un accessorio semplice come la sciarpa, rendendola ricca di emozioni da raccontare, giocando con le legerezze dei tessuti, le sfumature di colore e trattamenti a zero impatto, per porre la giusta attenzione alla sostenibilità. A WHITE Giugno presenterà in anteprima una nuova linea dal mood resortiano composta di caftani, camicioni estivi e parei realizzati con gli splendidi tessuti che caratterizzano il brand.



VIPERA THE LABEL

Non mancheranno le proposte sul fronte borse, calzature e accessori. Sicuramente da scoprire i gioielli di **Coppola e Toppo**, storica maison di bijoux (ma anche borse, cinture e foulard) che per decenni ha arricchito le mise degli stilisti più in voga, con le sue creazioni in materiali tipicamente italiani come le perle in vetro veneziano o il corallo di Torre del Greco. Ad oggi rivive un periodo di sviluppo tornando sotto i riflettori con gioielli che sono veri pezzi da collezione. **Meraki Heritage** è brand colombiano di cappelli ecosostenibili, vengono realizzati a mano intrecciando le foglie di palma, utilizzando tecniche artigianali tramandate di generazione in generazione. **IKI BEADS** è un brand di body jewelry – Made in Rio – nato dalla passione di due sorelle.

L'essenza di IKI BEADS sta nell'esprimere le diverse sfaccettature della personalità redendo ogni loro creazione uno strumento che incoraggia la sperimentazione di stili diversi. Da notare anche **Vipera The Label**, una collezione di borse che vanta linee pulite, eleganza e versatilità, realizzate usando un particolare intreccio della pelle, che crea un pattern dal mood no season. Prodotte in quantità limitata, ogni creazione diventa un elemento esclusivo da avere nel proprio guardaroba.

Anche per questa edizione, non mancherà l'area special del **Suk**. Si tratta di un grande spazio open-space in cui vengono allestiti dei piccoli stand, veri e propri corner, che ospitano collezioni di piccole dimensioni, brand mono prodotto o realtà emergenti che si distinguono per il loro carattere ben definito. Tra i marchi del Suk possiamo annoverare le borse colorate di **APAYA**, realizzate in fibre e tessuti naturali della regione andina dell'America Latina e i sandali crochet, 100%



FALIERO SARTI

Made in Italy del brand **d'akire**. Per affrontare le giornate in spiaggia, sarà interessante scoprire alcune collezioni beachwear come **BukawaSwim**, brand ecologico, etico e sostenibile che omaggia la Costa Azzurra oltre a **Alessi Swim**, brand indonesiano che omaggia l'eleganza italiana della sua fondatrice e crea costumi body-positive che esaltano e valorizzano ogni fisicità. Per il pubblico maschile, originalissime le proposte di **Angry Child** che esplora materiali e forme insolite, a partire dalla scelta del color avorio che richiama gli indumenti intimi utilizzati dagli uomini negli Anni 30, la stampa di giornale che ci ricorda quanto siamo costantemente bombardati dalle informazioni, per finire alla fantasia rigata, che evoca i rivestimenti delle vecchie poltrone Anni 70 di qualche motel della California.



BUKAWASWIM

TONYWACK



Nel salone di Giugno saranno presenti anche **due spazi showroom d'eccezione: VICTOR SHOWROOM e SUMMER GAMES™.**

VICTOR SHOWROOM è una delle realtà internazionali più rinomate per quanto riguarda il panorama moda attuale, famoso per rappresentare talentuosi designer della nuova generazione molti dei quali già apprezzati worldwide. Verranno presentate le collezioni – sia uomo che donna – dei brand **DUNST** e **TONYWACK** riconosciuti per il loro stile che reinventa rispettivamente lo streetwear e l'abbigliamento classico in versione informale. Le collezioni donna presenti saranno l'eleganza senza tempo di **THELOOM**, il lusso minimale di **SANDBEIGE** e la bellezza orientale di **EPINGLER**. La parte menswear verrà rappresentata dalla collezione contemporanea e in quantità limitata di **LE17SEPTEMBRE** e da **AFTER PRAY**, brand che ha introdotto la tendenza dei capispalla balmacaan in Corea del Sud. Per gli accessori i protagonisti saranno le borse new luxury di **JOY GRYSOON**, le silhouette retrò delle creazioni di **MARGESHERWOOD** ed infine **OSOI** con le sue scarpe e borse concettuali, che ammiccano all'architettura.

Ospitato nello spazio Lounge, **SUMMER GAMES™** esporrà un portafoglio di brand che si spingono oltre i confini, con un'ampia varietà di background. L'assortimento dei marchi non è destinato all'ordinario, ma ad un consumatore finale che ha una passione inconfondibile per i materiali di qualità

e le silhouette ricercate. Il lancio della collezione di **WHO DECIDES WAR**, che si basa sull'incontro tra il denim riciclato e la sartorialità, ha dato vita a un approccio senza precedenti alla moda di alta gamma. Dalle strade di Los Angeles ai lussuosi boulevard di Parigi, **B1ARCHIVE BY BEN TAVERNITI** è la soluzione per un'uniforme urbana. Solidi e sofisticati, i suoi capi sono fatti per durare tutta la vita. **HATTON LABS**, che proviene dal famoso quartiere londinese dei gioiellieri, propone una rivisitazione audace e colorata della gioielleria classica attraverso l'utilizzo di materiali italiani e la lavorazione artigianale. Con una nostalgia per i più grandi del mondo della musica, **MIDNIGHT RODEO** incarna lo stile western americano che si scontra con la vita



B1ARCHIVE BY BEN TAVERNITI

notturna e glamour di New York. Originaria di Los Angeles, la coppia madre-figlia di **SHAY** aspira a celebrare le diverse sfaccettature di due generazioni. Armonizzando un'eleganza senza tempo con un design contemporaneo e moderno, scegliendo diamanti e pietre preziose accanto al lusso dell'oro a 18 carati. A completare l'offerta dello showroom, la prima stagione del brand in-house, **SUMMER GAMES** che aggiunge al mix una vivace gamma di abbigliamento sportivo di lusso. Tessuti accuratamente selezionati che si mescolano con la sensazione di un'estate senza fine, aggiungono un po' di competizione amichevole al suo settore di riferimento.

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

Download
foto e comunicato



madeinitaly.gov.it

with the support of



with the contribution of

