



WHITE Woman

26 · 27 · 28 Settembre 2015
via Tortona 27 · 35 · 54

UN FORMAT VINCENTE PER LA VETRINA LEADER DELLA MODA CONTEMPORARY

Una rassegna internazionale, patrocinata dal **Comune di Milano**, progettata per valorizzare un brand-mix di tendenze giocato tra sperimentazione ed eccellenze hand made, frutto eterogeneo e cool di una regia sempre più attenta alla ricerca e alle esigenze dei maggiori mercati, ritorna ad animare quel **TORTONA FASHION DISTRICT** che è sempre di più il centro nevralgico della moda di Milano, l'indiscutibile Capitale mondiale del fashion business.

Con il suo parterre di espositori che sfiora le **500 unità** (il **34%** sono brand internazionali) White riafferma la leadership nel gusto per la ricerca che scaturisce dalla cultura dell'innovazione e di prodotto.

White, da 15 anni è spartiacque tra i vecchi cliché espositivi e la moda che verrà; con il suo carattere libero, aperto agli stimoli di una sperimentazione impressa nel suo genoma, capace di assorbire e far propri i linguaggi delle avanguardie artistiche senza barriere catturate in strada, dalla musica, dalle arti figurative vince ancora una volta per l'originalità del suo format. Alimentato, edizione dopo edizione, da un team di professionisti appassionati, che amano la moda e le espressioni più veraci della cultura contemporary internazionale.

Le **186 new entry** di questa edizione sono il risultato di una ricerca incessante che genera ricambio, l'ossigeno per una rassegna a misura di buyer. «*In ogni edizione puntiamo a creare un turnover pari a più del 30% dei nostri espositori*» spiega **Francesca Cella**, direttore generale e numero uno del team-stile di White. «*Ecco perché non amiamo essere paragonati alle fiere di settore per le quali la continuità è un dato acquisito. White invece porta a Milano, in ogni sua edizione, un imponente numero di collezioni spesso inedite, attraverso le quali rinnova costantemente l'offerta. E' un lavoro che ci impegna molto, ma che ha dato e darà i suoi frutti in termini di affluenza iper qualificata*».

La vetrina outsider della moda donna in Italia torna, dunque, da protagonista nelle location di **Tortona 27** (Superstudio Più), **Tortona 35** (Hotel Nhow), e **Tortona 54** (Area ex Ansaldo) e (**18.500** i metri quadrati espositivi totali e **20mila** i visitatori previsti) durante la settimana della moda milanese con le migliori proposte contemporary che su scala internazionale rappresentano la punta di diamante della ricerca. In un allestimento che ancora una volta stupirà piacevolmente i visitatori e gli amici di White.

«*Quando è nato il progetto White*» afferma **Massimiliano Bizzi**, fondatore della rassegna di via Tortona «*avevo ben chiaro un concetto fondamentale: fare un salone nuovo, diverso da tutti gli altri, che facesse della ricerca di nuovi brand il suo punto di forza per attirare in Italia i top retailer. In un momento così importante per Milano, la città dell'Expo, e per la moda, un settore sempre più trainante per l'economia italiana, avere la coscienza che White sia conosciuto e apprezzato come la più grande vetrina delle tendenze internazionali, mi riempie d'orgoglio*».



L'ambiente raffinato votato al design è l'altra carta vincente di White. Tutti gli allestimenti sono progettati in house e realizzati da abili artigiani; per la prossima edizione gli interni della vetrina contemporary evocheranno le calde atmosfere d'antan dei salotti aristocratici, con specchiere alte tre metri che riflettono la luce e centinaia di tappeti vintage sparsi in un insieme oro e bordeaux.

«Questo salone è uno degli eventi più innovativi della settimana della moda» - ha commentato **l'assessore alla Moda e Design Cristina Tajani**. «Un appuntamento ormai molto atteso dagli operatori che ha trovato sede in uno dei quartieri più dinamici della città, nello spazio ex-Ansaldo, col fine di valorizzare eccellenze milanesi e giovani talenti nel segno della creatività e dell'innovazione».

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
raffaella.imo@whitepress.it
Elisa Marina
press@whiteshow.it

WHITE Woman

26 · 27 · 28 Settembre 2015
via Tortona 27 · 35 · 54

TORTONA 27

Per andare incontro alle esigenze di una moda capace di conquistare un pubblico ancor più eterogeneo, l'edizione di settembre 2015 si arricchisce di nuove proposte, concentrate in una news: **WHITE SELECT**, il brand-mix d'eccellenza orientato a un appeal internazionale, a un mood che si riconosce nelle collezioni di **Almaz** il marchio europeo noto per il suo stile sofisticato che incrocia dettagli romantici con accenti maschili, di **Arthur Avellano** che dipana un plot futuristico in lattice serigrafato, incrociato con maglia in fibre naturali come la seta e il cotone total black, di **N3m-Noitremilano** con le sue scarpe unisex, di **Giuliana Mancinelli Bonafaccia**, autrice di gioielli dalle sofisticate architetture, per arrivare al designer tedesco **Tim Labenda** che sigla una collezione sexy ed elegante e alla rarefatta eleganza delle clutch di **Rodtness**. Completano i look proposti dal team-stile di White le calzature cosmopolite dell'afro-portoghese **Susana Traça** contrapposte in un ricercato ensemble ai capi senza tempo di **Angelosergio Santoni** e ai décor mozzafiato della label tedesca **Zaafar**.

Tra i debutti più significativi della prossima edizione spicca la presenza di **Sapopa**, il brand italiano che meglio interpreta una tendenza tutta americana: l'introduzione dello stile active nell'abbigliamento quotidiano della donna attraverso capi di seta e cotone che conquistano per le linee, per i volumi e per l'appeal delle lavorazioni interamente made in Italy. New entry in Tortona 27 anche per **Bonomea** il brand di accessori e gioielli che raccoglie tre tipicità squisitamente italiane: la tradizione della pelletteria milanese, l'alto artigianato orafa vicentino e la raffinatezza hand made delle pelli conciate in Veneto e Toscana.

La stessa location è destinata a cementare la sinergia tra White e gli showroom internazionali, come **Baltimora Studio** di Milano e **Six London Showroom** di Londra che riaffermano la loro presenza nel salone di via Tortona, rinnovando, stagione dopo stagione, il portfolio dei marchi scelti. Tra questi, per l'edizione allo start up, spiccano **Anine Bing**, il marchio danese di ricerca tra i più quotati nei principali importanti concept store del mondo; **Damselby** della designer australiana Christianna Heideman e ancora, **For Love & Lemons**, **One Teaspoon**, **Paris Texas**, **Unrealfur** e **Vanessa Mooney**. Six London Showroom ha scelto ancora una volta la vetrina di White per presentare la nuova collezione contemporary shoes di **Toga Pulla Footwear**, accanto alle creazioni donna per p/e 2016 siglate **Markus Lupfer**, **Swear London**, **Thakoon Addition**, **Toga Pulla Footwear** insieme ai due nuovi marchi: **Dora Teymur** e **Each X Other**.

Ed è ancora Special Area quella di **Collection Privée?** disegnata da Manuela Arcari e Massimo Bizzi, di **Virginia Bizzi** alla sua quinta stagione di stampe pop e anche quella del brand **Faliero Sarti** che propone le iconiche sciarpe create da Monica Sarti.

Il **Basement**, l'area underground di Superstudio Più che raccoglie il meglio della ricerca internazionale schiera sette outsider del calibro di **Henrik Vibskov** una presenza storica di White, del marchio denimwear californiano **69**, insieme a **Arielle De Pinto**, **Katrine Kristensen**, **Vibe Harsloef**, **Node**, **Barbara Alan** e **Building Block**. Ritournerà al Basement anche **Ermanno Gallamini** con una nuova collezione di poncho e mantelle e di altri brand contemporary italiani, come **Nostrasantissima**, **Peter Non** e **Album di Famiglia Design Collection - serie numerata**.

Inside, l'area dedicata ai giovani produttori della moda contemporary in fase di start-up ritorna in Tortona 27 con un format concentrato su dodici marchi, selezionati dal team di White seguendo criteri che mettono in primo piano il valore delle lavorazioni e l'appeal sofisticato delle creazioni. Come **10Bags Lapalombella**, il marchio di borse-origami nate dall'estro della giovane e eclettica accessory designer Marta Lapalombella. Il brand **7A** gioca le sue carte su un



concetto d'abbigliamento e di design che descrive una geometria pura, creando uno spazio sperimentale che esplora il contrasto con il corpo umano. Artigianato, italianità, sostenibilità, sorpresa, semplicità e unicità sono gli incipit di **Animadvertè**, il progetto di Laura Tolfo che punta a valorizzare la sua propensione per i temi della sostenibilità. **Akaso** è una collezione di jersey articolata attorno a un concetto di co-creazione body painting che unisce artisti africani e stilisti belgi. **Balossa** è il marchio di camicie bianche create da Indra Kaffemanaite, mentre **Benedict** è una dichiarazione di voluta eccentricità sofisticata, irriverente, stravagante, ma anche delicata di accessori sicuramente unconventional. **Ortys Officina Milano** sigla bijoux con elementi contrapposti nei materiali e nei volumi; **Lura**, invece, è un marchio di borse moderne, fresche, funzionali disegnate da Yvonne Roe, stilista americana di origine coreana esperta nello sviluppo di accessori moda.

ALL YOU NEED IS WHITE - Le parole della famosa canzone dei Beatles diventano il titolo di una mostra alla **MyOwnGallery**, attraverso la quale **Flavio Lucchini** esprime la sua ricerca artistica, volta a togliere caducità e frivolezza all'abito femminile. Tra arte e moda, dunque, l'autore sviluppa il tema del bianco nei dipinti, nei disegni, nelle sculture, negli altorilievi e nei digital-painting su soggetti che spaziano dall'haute couture ai burqa. Resina catalizzata, gesso, colori acrilici, materiali tessili, acciaio dipinto, elaborazione pittorica di fotografie, sono gli strumenti da piegare in drappaggi, volants, texture, volute, forme geometriche o tracce di donna da scoprire nei volti incompiuti o nelle folle di figure velate in cui il colore è solo un dettaglio superfluo.

TORTONA 35

New entry dell'area che porta negli spazi dell'Hotel Nhow una selezione di marchi-simbolo di modernità e ricerca. E' **Ultràchic**, il brand milanese di abbigliamento donna creato da Viola Baragiola e Diego Dossola, tra i dieci finalisti del concorso Time Award 2015 per il quale si è aggiudicato il premio speciale Russian Buyers Union. La nuova collezione che ha sfilato in anteprima nella passerella di Milano Unica, allestita nei giorni scorsi in via Monte Napoleone conquista per la modernità degli abbinamenti giocati tra la prorompente palette dei colori e i volumi new look.

Tra le opere in mostra di **Manuela Masciadri**, la fotografa tra le più eclettiche nel panorama fashion italiano, ritorna in Tortona 35 **White Beauty** la retrospettiva dedicata alla bigiotteria, con brand selezionati in collaborazione con la vetrina virtuale di **Birik Butik**, ognuno con un plus che lo distingue per ricerca e qualità di materiali. Come **Mvp** di Maria Vittoria Paolillo, che presenta una linea di gioielli in argento fondendo la tradizione artigianale con l'estetica contemporanea, **Design Digest** con le sue creazioni minimal d'acciaio inox, **Yael Salomon** che realizza gioielli amati dalle celebrity e vanta un passato come curatrice di mostre d'arte e **Giulia Barela**, specializzata in bijoux di bronzo e argento. E c'è anche chi, come **Nach Bijoux** punta sulla porcellana, o chi, come **Pepper Chocolate**, dà prova di alta oreficeria con le proposte finemente cesellate. Ritorna, infine, a White dopo il suo debutto dello scorso giugno, la newyorkese **Bliss Lau** vincitrice della prima edizione di Time Contemporary Award con le sue sottili ragnatele d'argento che si indossano come fossero vestiti.

TORTONA 54

L'area dell'Ex Ansaldo diventa il flagship della moda contemporary pop.

Nei 4.500 metri quadrati di superficie ricavati da quello che è considerato il gioiello dell'archeologia post-industriale di Milano, oggi crocevia culturale di respiro internazionale, White stringe l'obiettivo sulle tendenze pop, focalizzate attraverso un brand mix giocoso e accattivante. Nel quale sveltano marchi come **Irregular Choice** con le sue scarpe cartoon ironicamente british, **Anjuna** la collezione etno-beach disegnata da Emanuela Corvo, **Teva** il brand che nasce dall'outdoor e che si è imposto per i suoi sandali strap in and go. E poi c'è Braintropy che è qualcosa di più di una collezione di borse. Il brand, infatti, è parte integrante di Jamila, il progetto charity a favore della Fondazione Pangea Onlus dedicato alle donne di Kabul, in Afghanistan. **Braintropy** sarà anche protagonista della mostra **La Moda Cambia** allestita alla **MyOwnGallery** di via Tortona 27/a.

L'area più profumata di White che accoglie i visitatori nella sede di Tortona 54 ritorna con le proposte di otto specialisti di fragranze artistiche e prodotti cosmetici: **Bombay Lab – Italy** con i suoi must insieme a inedite combinazioni olfattive come farà anche **Histoires de Parfums**, con la nuova collezione creata da Gérald Ghislain, ma anche **Morph Parfum**, il marchio nato dall'incontro di due giovani designer, insieme a **Naso di Raza**, **Teatro Fragranze Uniche**, **Nuncosmetic**, **Valgrande Sensorial** e **Aquaflor Firenze** che realizzerà profumi su misura per i visitatori di White.

Distribuiti nelle varie location, a integrare il brand mix selezionato da White i marchi della più interessante ricerca eyewear. Gli occhiali, divenuto elemento indispensabile nel look quotidiano, trovano posto nei punti strategici della grande vetrina contemporary con le ultime collezioni siglate da label tra le più interessanti del panorama internazionale, come **//Delirious**, **Haze Collection**, **Eyepetizer Eyewear**, **Robot**, **Spektre Sunglasses**.

SPECIAL THANKS TO:

ANONYME DESIGNERS
CANTINE CECI
Yael SALOMON

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
raffaella.imo@whitesshow.it
Elisa Marina
press@whitesshow.it

MEDIA PARTNERS:

ARS SUTORIA
BARK MAGAZINE
BRANDS MAGAZINE
CHI E' CHI
FASHION
FASHION ILLUSTRATED
MFF
MODA PELLE
PAMBIANCO
SPORTSWEAR INTERNATIONAL
SHOWDETAILS
VOGUE ACCESSORY
WU MAGAZINE