

WHITE Milano

27 · 28 · 29 Febbraio 2016
via Tortona 27 + 35 + 54

WHITE CONFERMA LA SUA LEADERSHIP DI SALONE BUYER ORIENTED SEMPRE PIU' INTERNAZIONALE, CON UN IMPORTANTE EVENTO APERTO ALLA CITTÀ DI MILANO

18.000 MQ DI SUPERFICIE ALLESTITA SU **TRE LOCATION: TORTONA 27 SUPERSTUDIO PIU', TORTONA 54 EX ANSALDO, TORTONA 35 HOTEL NHOW. 500 ESPOSITORI DI CUI 176 NUOVI BRAND, ATTESI 20.000 VISITATORI.**

Il coreano **YOHANIX** è **Special Guest** del salone con una urban catwalk nel cuore di Milano, che “cammina” intorno alla città; **AALTO** brand di origine finlandese ma di base a Parigi è **Special Project**, un'importante area dedicata ai **designer cinesi di ricerca e ai nuovi brand contemporary supportati da I.C.E.**

Dal **27 al 29 febbraio 2016** il Tortona Fashion District torna a essere il vero hub creativo di Milano con **WHITE, rassegna patrocinata dal Comune di Milano**, che con i suoi **500 marchi** mette in mostra il meglio del fashion contemporary: una vocazione alla ricerca sempre più internazionale e fortemente buyer oriented, come dimostrano i **142 marchi esteri** presenti al salone. Nell'ottica di rendere **WHITE** un melting pot della creatività da tutto il mondo è nato il progetto **“China Calling”** in collaborazione con la talent scouter **Sonja Long Xiao**, fondatrice di **ALTER**, una delle più importanti showroom e concept store di Shanghai, con l'obiettivo di portare una selezione dei più promettenti designer cinesi. Sonja Xiao, opinion leader riconosciuta in Cina, grazie alla sua visione ed esperienza ha supportato numerosi designer emergenti, contribuendo a formare un nuovo mercato del lusso cinese popolato di marchi non convenzionali. **WHITE** da tempo indaga il panorama della moda cinese – si ricordi il debutto italiano di Uma Wang Special Guest di **WHITE** nel 2012 – con l'obiettivo di portare a Milano eventi culturalmente rilevanti per la città. Con un'area personalizzata all'interno del salone presso la location Superstudio in Tortona 27, **lo special project “China Calling”** offre la possibilità unica di scoprire una selezione dei più importanti designer contemporanei cinesi con le loro collezioni edgy e di ricerca come: **Chrisou By Dan, SHUSHU/TONG, Nicole Zhang, Chen YiYuan, Yvmin, C.J. YAO e Rolling Acid.** Il progetto rappresenta un primo passo per creare un ponte e un fecondo dialogo tra Italia e Cina, per mettere in contatto una nuova generazione di designer cinesi con il pubblico internazionale di buyer e giornalisti presenti a White.

WHITE si presenta con un'edizione particolarmente forte a livello internazionale, grazie all'attenta selezione dei brand e scegliendo uno **Special Guest** dal profilo attuale come il designer coreano **YOHANIX**, al secolo Yohan Kim, coreano di nascita, che si è formato al London College of Fashion e dopo un'importante esperienza da Balmain a Parigi, ha lanciato il suo marchio nel 2009. La sua moda gioca con inaspettate combinazioni di tessuti, tra strati, nuove forme e volumi con uno stile sempre ironico, pur utilizzando e fondendo insieme materiali preziosi come le pelli martellate, ricami in oro e le stampe. **YOHANIX** avrà all'interno di **WHITE un'area speciale** e sarà inoltre protagonista di un **evento dedicato previsto per domenica**

29 febbraio, sempre in collaborazione con il Comune di Milano.

Come Special Project è **AALTO** un nuovo marchio creato da Tuomas Merikoski che inserisce nel guardaroba femminile dettagli maschili e proporzioni con un'ispirazione tipicamente nordica e ricca di sottili contrasti. La filosofia di AALTO collega mondi e ispirazioni differenti come moda, design e arte, collaborando attivamente con importanti artisti scandinavi.

Nel segno del **supporto alle nuove generazioni della moda è il progetto, IT'S TIME TO SOUTH** realizzato in collaborazione con **I.C.E - Agenzia per la Promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**. **IT'S TIME TO SOUTH** apre le porte a **15 selezionati designer** con un forte appeal internazionale, provenienti da **Calabria, Campania, Puglia e Sicilia**, luoghi di tradizione, storia e cultura italiana che saranno presenti a WHITE in un'area dedicata con la possibilità di incontrare selezionati buyer stranieri portati a Milano grazie al supporto di I.C.E.

Riparte dal **nuovo bando di concorso (online sul sito <http://timeaward.it>) la seconda edizione di TIME AWARD**, brand accelerator per marchi contemporary che, grazie alla sinergia con WHITE e il network di **Camera Italiana Buyer Moda -The Best Shops**, offre la possibilità di poter sviluppare il business e potenziale commerciale delle aziende selezionate. Main partner del progetto è **Lancia**, brand automotive che dal 2010 supporta lo scouting nei settori della moda, del design e delle arti visive attraverso il web magazine Lancia TrendVisions. Grazie al supporto di Lancia e Camera Italiana Buyer Moda, i due vincitori di Time Award potranno avere un accesso diretto al mondo retail e aggiudicarsi **quattro eventi dedicati nelle migliori boutique italiane**. Tra le novità dell'edizione 2016 tre contest online per promuovere il progetto allargandolo all'audience del web e **l'intervento di I.C.E.** che offre ai due vincitori alcuni eventi presso importanti store internazionali per esportare anche all'estero i talenti più meritevoli.

Last but not least il **PREMIO RAMPONI**, iniziativa nata per volere di **Alfredo Ramponi**, titolare dell'omonima azienda che si è imposta nel mondo del fashion per aver inventato il primo cristallo sintetico. Il premio, rivolto a designer di moda e accessori vuole sostenere e incoraggiare la ricerca e la progettualità nell'ambito della moda femminile, dando forza a uno stilista in uno dei passaggi essenziali e al contempo più delicati: l'esposizione fieristica e la campagna vendita. **Vincitore della prima edizione** del Premio Ramponi è **Alberto Zambelli**, che sfila a Milano Collezioni il prossimo 28 Febbraio, ed espone le proprie creazioni in un'area speciale a lui interamente dedicata in **Tortona 35 Hotel Nhow**.

Con una superficie allestita di circa **18.000 mq** su **tre location** e una previsione di oltre **20.000 visitatori**, WHITE presenta un brand mix sempre attento alle più importanti novità, arricchendo la sua offerta grazie a **12 SPECIAL AREA** in cui i brand possono comunicare e raccontare le loro collezioni in modo più emozionale. A questa edizione sono presenti in Tortona 27 Superstudio Più: **AALTO** (special project), **YOHANIX** (Special Guest Designer), **BALTIMORA SHOWROOM** (con marchi come For Love & Lemons, Goldie London, Jovonna, Maimi, One Teaspoon, Unrealfur e WYLDR) **BONOMEA**, **COLLECTION PRIVEE'?**, **EGGS**, **FALIERO SARTI**, **HACHE**, **LABO.ART** e **SIX LONDON SHOWROOM** che presenta brand footwear come **Opening Ceremony**, **House of Holland**, **Toga Pulla** e **Swear London**. E ancora in **un'area speciale** il grande ritorno di **Hache**, che è nuovamente sotto la direzione creativa di **Manuela Arcari**, che con Davide Agus, sta lavorando al rilancio del marchio nel segno del saper fare Made in Italy.

Nata per incentivare giovani brand agli esordi è la sezione **INSIDE WHITE** con l'INSIDE WHITE AWARD, riconoscimento conferito da un opinion leader del sistema moda che sceglie un vincitore cui verrà regalato

durante l'edizione successiva di WHITE un proprio spazio interamente dedicato. Per i buyer più attenti alla ricerca la vetrina underground del **BASEMENT** espone i marchi più sperimentali della scena internazionale con presenze come il designer danese **Henrik Vibskov, Barbara Alan, Simona Tagliaferri** e il knit brand **Boboutic**. Nel **Tortona 35 Hotel Nhow** sono protagoniste collezioni donna contemporary più commerciali aggiornate sulle ultime tendenze, e un'area dedicata ai **migliori designer del Portogallo**. Una sezione speciale di fashion **BIJOUX** e marchi cutting-edge, selezionati da WHITE e **Birik Butik** come **Maya Moma, Opella, MVP** e **Flaminia Barosini**, tanto per citarne alcuni. Continua inoltre il progetto per scoprire la moda dei Paesi emergenti: questa edizione è di scena il **Portogallo** con **Moda Lisboa|Lisboa Fashion Week** che porta a Milano i designer **Carlos Gil, Hugo Costa e Pedro Pedro**.

Fiore all'occhiello della location il designer **ALBERTO ZAMBELLI**, brand in forte espansione sul territorio asiatico che presenta in anteprima la sua collezione. Infine in **Tortona 54 Ex Ansaldo** il casualwear incontra il mondo del fashion con una vasta proposta di accessori. La Yellow Area ospita una selezione di collezioni easy to buy e il **BEAUTY**, un'area dedicata a marchi indipendenti, profumeria artistica e prodotti innovativi nel campo della bellezza e del benessere con brand come **Francesca Dell'Oro Parfum, Morph, Teatro Fragranze Uniche**. **Sempre in Tortona 54** gli occhiali come parte integrante di un look alla moda, diventano essenziali per il brand mix proposto da WHITE che ha selezionato i migliori marchi eyewear di tendenza come **Sunboo, Spektre, Delirious Eyewear, Jossa On The Rocks e Robot Eyewear**.

Così commentano:

Cristina Tajani, Assessore alla Moda e Design del Comune di Milano:

"L'evoluzione e la continua crescita di WHITE, in questi quattro anni, dimostrano come la collaborazione con il Comune di Milano abbia permesso di valorizzare la creatività di tanti designer, che qui possono presentarsi al mondo sperimentando nuovi linguaggi espressivi che si tramutano in nuove opportunità di mercato e di stile. Con i suoi 500 brand presenti all'edizione di febbraio, WHITE conferma come sia vivo l'interesse degli operatori italiani, ma soprattutto stranieri nello scegliere Milano quale miglior vetrina per presentare le proprie creazioni. Con WHITE stiamo inoltre lavorando a un evento molto speciale per portare la moda dalle passerelle alla strada. Proprio dal cuore della città si potranno vedere le sperimentali creazioni del designer coreano Yohanix, Special Guest di WHITE."

Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE:

"Il grande lavoro di scouting che il nostro gruppo porta avanti da anni in tutto il mondo sta dando i suoi frutti. E non è certo un caso che Yohanix, il designer coreano Guest Designer di questa edizione, abbia scelto le passerelle di New York e subito dopo WHITE per svelare la sua nuova collezione. Una scelta importante legata a una nuova percezione di Milano e della sua fashion week che nelle ultime due stagioni si è distinta per la vivacità dei suoi eventi e delle collezioni proposte. Una città sempre più dinamica, dunque, capace di attrarre compratori e stilisti di tutto il mondo e anche gruppo dei new designer cinesi che rappresentano il fermento di un mercato nel quale White sta lavorando da tempo."

Brenda Bellei, CEO di WHITE:

"White ha iniziato con la scorsa edizione un nuovo percorso scandito da progetti nati in stretta collaborazione con l'I.C.E. per promuovere il lavoro di giovani aziende della moda con un intenso lavoro di scouting e incoming nel portare i migliori buyer dall'estero in Italia. Proseguendo un cammino già tracciato, che ha fatto di White la piattaforma internazionale della moda Contemporary e di ricerca."



Antonella Bruno, responsabile Lancia per la regione EMEA:

“Siamo lieti di continuare a sostenere e promuovere il talento dei giovani anche attraverso progetti di comunicazione originali in grado di aggregare le comunità di appassionati attenti all'avanguardia, alla ricerca di prodotti dal design sorprendente ed esclusivo, da sempre una nostra prerogativa. Il supporto di Lancia è concreto: grazie al TIME AWARD Contest diamo la possibilità a designer di moda di ottenere maggiore visibilità e importanti sbocchi commerciali.”

Francesca Cella, General Manager di WHITE:

“La nostra selezione è sempre più accurata, grazie a un team di ricerca e sviluppo che opera nel settore da anni ed è attento a individuare i trend in giro per il mondo. In un'epoca in cui il timing è fondamentale, i confini geografici non esistono più grazie al potere delle immagini, il viaggio e la ricerca svolgono un ruolo imprescindibile; White svolge questa funzione portando al salone la selezione di ciò che ritiene più innovativo e interessante per i buyer e gli addetti ai lavori.”

Sonja Xiao Long, fondatrice di ALTER Showroom & Concept Store:

“I designer cinesi stanno combattendo per ottenere un posto sulla mappa della moda come Design in China e non più Made in Cina. Cina Calling rappresenta una selezione dei più promettenti designer contemporanei cinesi, collezioni edgy e dallo stile giocoso.”

MEDIA PARTNERS:

ARS SUTORIA
BARK MAGAZINE
BUYER
CHI È CHI
FASHION
FASHION GUIDE
FASHION ILLUSTRATED
MFF
MODA PELLE
PAMBIANCO
PREZIOSA MAGAZINE
SPORTSWEAR INTERNATIONAL
SHOWDETAILS
VOGUE ACCESSORY
VOGUE ITALIA
WU MAGAZINE

SPECIAL THANKS TO:

OOF JACKET piumini staff white

Per ulteriori informazioni:

Raffaella Imò

Responsabile Ufficio Stampa

raffaella.imo@whitepress.it

press@whiteshow.it

WHITE Milano

27 · 28 · 29 Febbraio 2016

via Tortona 27 + 35 + 54

HIGHLIGHTS TORTONA 27 – SUPERSTUDIO PIU'

Tortona 27 Superstudio Più presenta un mix selezionato tra marchi internazionali con un twist glam e le punte della ricerca più avant-garde.

Special project è **AALTO** brand finlandese creato a Parigi da **Tuomas Merikoski** che inserisce nel guardaroba femminile dettagli maschili e proporzioni con un'ispirazione tipicamente nordica e ricca di sottili contrasti. La filosofia di AALTO collega mondi e ispirazioni differenti come moda, design e arte, collaborando attivamente con importanti artisti scandinavi.

Special Guest di WHITE e per la prima volta in Italia, dopo essere stato ospite alla New York Fashion Week, è il brand coreano **Yohanix** che gioca sui contrasti con grafiche astratte e tessuti leggeri uniti ad armature in pelle e metallo. La sua nuova collezione "Hamlet's Syndrome" AI 2016 vuole essere una riflessione su quella che il designer definisce "Generation Maybe" sospesa tra incertezze del presente e sogni del futuro. Una collezione che mostra sempre una propensione verso un "dark sense of humour" bilanciato da ironia e leggerezza. (vedi comunicato dedicato)

Tra le altre **aree speciali** si ricordano: **Bonomea** progetto nato nel 2014 con l'obiettivo di creare delle collezioni di pelletteria e gioielleria con un design e produzione al 100% Made in Italy. Il brand si posiziona su una fascia luxury e si avvale solo di collaborazioni d'eccellenza: l'artigianato delle migliori pelletterie milanesi, l'oreficeria del distretto vicentino, le pelli conciate in Toscana e Veneto. **Eggs** marchio che racconta la complessità dell'universo femminile con un guardaroba in evoluzione, ricco di contaminazioni tra il presente ed il passato. La rivisitazione della gonna a vita alta come punto di partenza e come emblema di femminilità, che si muove e dialoga con colori e stampe ogni volta differenti. E nell'accessorio non può mancare la sciarpa ultra leggera e morbida di **Faliero Sarti**, che è sinonimo di qualità, innovazione e ricerca. L'azienda diretta da Monica Sarti oggi arriva a fatturare oltre 20 milioni di euro, con una crescita costante, 1.800 punti vendita nel mondo, di cui 300 in Italia, 6 boutique monomarca sul suolo italiano e due prossime aperture all'estero. Sempre **un'area speciale** è dedicata a **Hache**, tornato sotto la direzione creativa di **Manuela Arcari**, che propone un guardaroba scomponibile e riconfigurabile di pezzi che si plasmano su chi li indossa. Camicie e capospalla sono i key items di una collezione all'insegna della funzionalità, ma arricchita da una verve ludica e sorprendente. E ancora **Labo.art** fondato a Milano nel 2006 da Ludovica Diligu che propone uno studio accurato sui volumi e la loro presenza nello spazio, capi pensati come architetture da indossare. Non a caso la sede del brand è a Berlino, capitale creativa per la sperimentazione culturale contemporanea, all'interno di una antica fabbrica di liquori. Concept delle collezioni è l'unione di materiali di alta qualità coniugati in un design pulito, che prende spunto da diversi momenti della storia della moda, del teatro e del cinema.

Altra presenza importante, riconfermata questa stagione, è quella delle showroom **Baltimora** e **Six London**, che scelgono WHITE per mostrare le collezioni di alcuni brand tra i più edgy del momento. All'interno di **Baltimora**

Showroom sono presenti: **For Love & Lemons** fondato da Gillian Rose Kern e Laura Hall, un brand dalle contaminazioni artistiche con sede a Los Angeles, oggi diventato un lifestyle vero con le aggiunte di lingerie e maglieria. E poi **Goldie London, Jovonna, Maimi, One Teaspoon, Unrealfur** e **WYLDR**. Per **Six London** spiccano la moda pop e colorata di **House of Holland, Dora Teymur**, che propone collezioni in bilico tra femminilità e mascolinità per scarpe dal design artigianali. E sempre scarpe giocose in materiali pregiati per **Swear London**, fondato nel 2001 dal giovane imprenditore José Neves considerato uno dei più importanti influencer e fondatore di Farfetch. E per non passare inosservati le calzature giapponesi **Toga Pulla** che parte dall'ispirazione dello stile hippy anni 70 per distillare uno stile ricco di ricami, applicazioni tridimensionali e pizzi mixati a lana e tessuti in jersey.

INSIDE WHITE

Una selezione di giovani brand agli esordi caratterizza una delle aree più vivaci di via Tortona 27, tra le più frequentate dai compratori internazionali. Un concentrato di originalità e freschezza espressiva che, nell'edizione alle porte, s'identifica in etichette come **1828 BY Zoeppritz, Aly Shea** e **RITARITA**, un vero e proprio progetto modulare del marchio milanese nato da due giovani creative: l'illustratrice Silvia Gherra e la designer Margherita Mazza. Per l'a-i 2016/17 RITARITA propone geometrie di cristalli smeraldo e il nuovo capospalla con scollo a V e dai tagli diagonali, in lana blu e tabacco oppure in lana e tessuto nylon blu ton sur ton a trapuntatura chevron. Il cappotto in due lunghezze diventa un must di collezione, essenziale per completare l'outfit, soprattutto se abbinato alla classica borsa weekend RITARITA o alle maxi pochette realizzate con la stessa lavorazione del capospalla.

BASEMENT

Per i buyer più attenti alla ricerca la vetrina underground del BASEMENT espone i marchi più sperimentali della scena internazionale come **Henrik Vibskov, Barbara Alan, Simona Tagliaferri** e **Boboutic**. Con Copenaghen e Parigi, Milano è la città dove poter vedere le collezioni del designer danese Henrik Vibskov che ogni stagione è presente con le sue collezioni caratterizzate da stampe e pattern geometrici e silhouette over. Quello di Vibskov si conferma un approccio concettuale e artistico alla moda. **Barbara Alan** (Modern Research Unconventional Creation Uniqueness) è marchio che concilia il meglio del design britannico con la qualità della produzione italiana. La coppia si incontra a Milano, dove entrambi lavorano per brand che rappresentano il Made in Italy nel mondo. Condividendo la stessa passione per il design moderno e per la ricerca, i due designer uniscono le loro esperienze creando nel 2012 il marchio Barbara Alan. Un orientamento al design modernista ispira il loro modo di lavorare. Con uno sguardo fisso sul sartoriale esplorano nuovi metodi di costruzione dal taglio alla finitura. Decostruisce eliminando il superfluo e ricostruisce sperimentando metodi non convenzionali per creare unicità e individualità. Nel segno dell'accessorio è l'opera di **Simona Tagliaferri** che parte dalla passione per le gemme e l'amore per l'architettura. Esploratrice instancabile alla ricerca della purezza estetica, le sue borse e alcuni speciali capi spalla ideati con gli stessi principi decorativi dell'accessorio rappresentano il perfetto incontro tra il design e le potenzialità segrete di tessuti, metalli, pellami e minerali. Infine la maglieria che rivela incredibili capacità espressive con **Boboutic**, progetto nato nel 2001 dall'incontro di Michel Bergamo e Cristina Zamagni, designer lui, architetto e fotografa lei, che decidono di unire le loro diverse esperienze nella realizzazione di un guardaroba in maglia. Completamente realizzato in Italia, è un esempio della perfetta sintesi di creatività e competenza, che grazie all'alta qualità perseguita e alla particolarità delle forme promette di ritagliarsi uno spazio sempre più consistente sul mercato internazionale.

HIGHLIGHTS TORTONA 35 – HOTEL NHOW

Oltre all'area speciale con il designer ALBERTO ZAMBELLI vincitore del Premio Ramponi, la location si caratterizza per una serie di marchi contemporary aggiornati sulle ultime tendenze con fascia prezzo studiata in base alle esigenze del mercato. Tra i marchi si segnalano: la collezione di accessori (borse e fashion jewellery) di **Misto_Anteprima**, **Il Cappottino** e **Opifici Casentinesi**, marchio che vuole rendere contemporanea la tradizione quasi millenaria del panno casentino con capi di abbigliamento per uomo e per donna dal gusto metropolitano. Continua il progetto per scoprire la moda dei Paesi emergenti: questa edizione è di scena il **Portogallo** con **PORTUGAL FASHION**, settimana della moda a Porto, che darà visibilità a Milano ai designer **Carlos Gil**, **Hugo Costa** e **Pedro Perdo**.

Al piano terra è protagonista **WHITE BIJOUX** - una selezione curata in collaborazione con **Birik Butik**, negozio online dedicato al gioiello contemporaneo. Tra le collezioni da non perdere le creazioni siglate **Maya Moma**, il marchio di Simona Nicolos, con le sue collezioni permeate dal glamour milanese, selezionate e premiate alla Swarovski World Jewelry Facets, la più importante piattaforma creativa con il meglio del gioiello moda contemporaneo. **Opella**, nasce dalla creatività e dall'espertise imprenditoriale di Liliana Broussard, esperta nella lavorazione della carta e di Cristina Barcellari, creatrice di moda. Insieme hanno dato vita a un progetto di gioielli hand made, realizzati con carta di puro cotone e fibra di cellulosa, alluminio e vetro soffiato di Murano. **MVP** fonde la tradizione artigianale con un'estetica contemporanea, che mette l'argento al centro della scena. Ogni collezione MVP nasce dal lavoro continuo sulle forme classiche e sulle linee geometriche che assumono un senso estetico sempre nuovo, rinnovando i canoni della gioielleria tradizionale. **Flaminia Barosini** si inserisce a pieno titolo nell'attitudine contemporanea: le sue creazioni riescono a suscitare emozioni e si fanno portatrici di storie e significati, come le collezioni "Irregular, Second Skin" e Creepers: piccole sculture gioiello da indossare ogni giorno.

HIGHLIGHTS TORTONA 54 – EX ANSALDO

La location si caratterizza per il focus sul mondo degli accessori, sul beauty e sul mondo occhialeria.

WHITE BEAUTY

L'area di via Tortona 54 si distingue per la selezione di brand tra i più ricercati nel settore della profumeria artistica come **Francesca Dell'Oro Parfum**, il marchio piacentino nato da un laboratorio olfattivo ricercato ed elegante nel quale Francesca Dell'Oro fonde sapori, odori e colori che immediatamente compongono l'alchimia di una fragranza unica e vibrante. Un raffinato complemento della pelle che diventa il tratto distintivo della propria immagine. Tutte le essenze Francesca Dell'Oro Parfum sono fragranze eleganti, inconsuete, con le loro pungenti asperità o con sinuosità sorprendenti contenute in preziosi flaconi-scultura. **Teatro Fragranze Uniche** nasce dall'iniziativa di un trio di imprenditrici ispirate dalla creatività olfattiva di Sileno Cheloni. Una linea, a tiratura limitata, di profumi per ambiente realizzati con le più innovative tecniche di produzione odierna, ma con lo stesso spirito degli antichi maestri profumieri fiorentini, fortemente caratterizzata dall'approccio eco-compatibile e a basso impatto ambientale dalla prima all'ultima goccia. I tappi sono in legno, il vetro delle bottiglie è riciclato così come la carta del packaging realizzata dalle Cartiere Fedrigoni.



WHITE GLASSES

Gli occhiali come parte integrante di un look alla moda, diventano essenziali per il brand mix proposto da WHITE che ha selezionato i migliori marchi eyewear di ricerca, proposti da giovani designer indipendenti. Brand di tendenza come **Sunboo**, **Spektre**, **Delirious Eyewear**, **Jossa On The Rocks** e **Robot Eyewear**. Marco Lanero, fondatore di **//Delirious Eyewear**, fonda il suo concetto chiave nella ricerca dei migliori materiali sul mercato, come l'acetato Mazzucchelli e le lenti Zeisscon, trattati con le più alte competenze manifatturiere. Dal Cadore, centro d'eccellenza dell'occhialeria italiana, gli artigiani di Delirious realizzano a mano e con l'aiuto di macchinari a controllo numerico ogni singolo occhiale, che ciascun cliente può scegliere se far incidere le sue iniziali o il suo nome. Gli occhiali **Jossa On The Rocks** sono venduti esclusivamente in boutique selezionate e ottici esclusivi. Sono prodotti artigianalmente in un piccolo laboratorio nel Cadore, realizzati completamente a mano impiegando acetato di cellulosa della migliore qualità. La nuova collezione diamonds porta l'incastonatura di uno o più diamanti sintetici con taglio a prisma nella montatura; la linea è composta da 12 modelli unisex in 5 varianti di lente, con montatura rigorosamente nera. **Robot Eyewear** è un concept che ripropone in chiave romantica le icone classiche, impiegando l'energia minimale del metallo. Ne nascono accessori eleganti e funzionali, dalla rigorosa leggerezza bidimensionale e dal sofisticato gusto a metà strada tra ispirazioni retro e un certo appeal futuristico.

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