



## **White : grande affluenza il primo giorno, fra arte, workshop e culture**

**White** Il consueto taglio del nastro del fondatore **Massimiliano Bizzi** è avvenuto nella storica location del Superstudio Tortona 27 alla presenza del Sottosegretario al Ministero della Cultura Lucia Borgonzoni, l'Assessore al Turismo, marketing territoriale e moda Regione Lombardia Lara Magoni, l'Assessore allo Sviluppo Economico Guido Guidesi e l'Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Alessia Cappello.

Lo spazio Swarovski, un allestimento dove colore, design e styling sono protagonisti, fa immergere i visitatori in un'atmosfera di meraviglia e stupore. Tra le altre, le famiglie Millenia e Lucent sono le protagoniste di una nuova narrazione, che interpreta i gioielli come mezzo di espressione personale, non più riservati alle occasioni speciali, ma come parte integrante di uno stile di vita.

Un'area di circa 55mq in cui il Brand porta in scena il frutto dell'ormai consolidato re-branding inaugurato lo scorso anno, contraddistinto da codici stilistici rinnovati e un nuovo linguaggio comunicativo.

### **White**

L'Archiproducts – via **Tortona 31** – ospita la SS23 di Who Decides War.

La collezione definita da immagini realizzate a spray dall'artista Omi e da un mix di ricami di palme, acqua e rami. “ L'intero progetto è basato sulle nostre radici caraibiche “, ha spiegato Best dopo la sfilata. “ Il titolo della collezione Underwater ha a che fare con il cambiamento climatico, dal momento che molte isole rischiano di essere spazzate via “. Ogni look è espressione delle personalità eclettiche di Everard Best, AKA Ev Bravado e Têla D'Amore che hanno cambiato forme e utilizzi del denim con una creatività non convenzionale. Un esempio è uno dei look di chiusura, con un top nero intrecciato abbinato a una gonna con grandi fiocchi logati, creato per Nike come rivisitazione dell'outfit in mini denim di Serena Williams degli US open del 2004.

### **White**

DHL debutta a WSM – **White** Sustainable Milano portando ai visitatori soluzioni logistiche volte alla transizione ecologica, passando da un modello di economia lineare a uno circolare migliorando il servizio in chiave sostenibile. Un impegno che il gruppo DPDHL adotta dal 2017 rappresentando la prima azienda nel settore logistico a porsi l'obiettivo di ridurre a zero, entro il 2050, le emissioni di CO2 correlate al trasporto delle spedizioni.

Il settore del fashion riveste per DHL un ruolo cruciale, il cui obiettivo è quello di supportare e affiancare le aziende nella crescita e nello sviluppo del business a livello mondiale. “Vogliamo essere il punto di riferimento per ogni esigenza di trasporto di produttori, fornitori e distributori, contribuendo a migliorare la catena del valore dell'intera filiera moda dai campioni alla distribuzione delle collezioni, dai resi agli shop to shop” – afferma Gabriella Ruspa, Managing Director Marketing & Business Development di DHL Express Italy.

Di grande rilevanza il supporto ai brand emergenti nella crescita e nello sviluppo del business portando i valori artigianali del Made In Italy nel mondo, grazie a una conoscenza approfondita delle procedure doganali e le caratteristiche di trasporto e distribuzione di oltre 220 Paesi.

L'Archiproducts – via **Tortona 31** – ospita la SS23 di Who Decides War.



La collezione definita da immagini realizzate a spray dall'artista Omi e da un mix di ricami di palme, acqua e rami. " L'intero progetto è basato sulle nostre radici caraibiche ", ha spiegato Best dopo la sfilata. " Il titolo della collezione Underwater ha a che fare con il cambiamento climatico, dal momento che molte isole rischiano di essere spazzate via ". Ogni look è espressione delle personalità eclettiche di Everard Best, AKA Ev Bravado e Téla D'Amore che hanno cambiato forme e utilizzi del denim con una creatività non convenzionale. Un esempio è uno dei look di chiusura, con un top nero intrecciato abbinato a una gonna con grandi fiocchi logati, creato per Nike come rivisitazione dell'outfit in mini denim di Serena Williams degli US open del 2004.

DHL debutta a WSM – **White** Sustainable Milano portando ai visitatori soluzioni logistiche volte alla transizione ecologica, passando da un modello di economia lineare a uno circolare migliorando il servizio in chiave sostenibile. Un impegno che il gruppo DPDHL adotta dal 2017 rappresentando la prima azienda nel settore logistico a porsi l'obiettivo di ridurre a zero, entro il 2050, le emissioni di CO2 correlate al trasporto delle spedizioni.

Il settore del fashion riveste per DHL un ruolo cruciale, il cui obiettivo è quello di supportare e affiancare le aziende nella crescita e nello sviluppo del business a livello mondiale. "Vogliamo essere il punto di riferimento per ogni esigenza di trasporto di produttori, fornitori e distributori, contribuendo a migliorare la catena del valore dell'intera filiera moda dai campioni alla distribuzione delle collezioni, dai resi agli shop to shop" – afferma Gabriella Ruspa, Managing Director Marketing & Business Development di DHL Express Italy.

Di grande rilevanza il supporto ai brand emergenti nella crescita e nello sviluppo del business portando i valori artigianali del Made In Italy nel mondo, grazie a una conoscenza approfondita delle procedure doganali e le caratteristiche di trasporto e distribuzione di oltre 220 Paesi.

#### LOCATIONS

Magna Pars – Tortona 15

Superstudio Più – Tortona 27

Archiproducts – **Tortona 31**

BASE Milano – Tortona 54

Visconti Pavilion – Tortona 58

