

WHITE®

SIGN OF THE TIMES

22.23.24.25 SETTEMBRE 2022
TORTONA FASHION DISTRICT



Tortona 15
Magna Pars

Tortona 27
Superstudio Più

Tortona 31
Archiproducts

Tortona 54
Base Milano Ex Ansaldo

Tortona 58
Padiglione Visconti

#whiteshow #signofthetimes

“AN EYE ON THE FUTURE”

**Una selezione di 400 marchi
19.850 mq distribuiti su 5 location**

WHITE | Sign Of The Times – il Content show diffuso del Tortona Fashion District, torna dal 22 al 25 settembre 2022 nel cuore della Milano Fashion Week con un nuovo appuntamento ricco di progetti speciali, brand inediti da tutto il mondo e incursioni artistiche. Una nuova edizione realizzata anche grazie al patrocinio del Comune di Milano, con il supporto di MAECI - Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di ICE Agenzia e in partnership con Confartigianato Imprese.

“Confermiamo tutto il nostro supporto al settore della moda, con la consapevolezza delle nuove sfide verso digitale e sostenibilità e con la preoccupazione per gli eventi in corso” - afferma Carlo Ferro, Presidente di ICE Agenzia.

“Il quadro geopolitico del commercio internazionale è in fase di ridefinizione, e stiamo accelerando nell’esecuzione delle 19 nuove azioni che abbiamo lanciato nell’ambito del Patto per l’Export. Daremo tutto il nostro contributo per confermare White come evento della moda sostenibile, di ricerca e di tendenza, nonché icona del Made in Italy nel mondo.”

Si rinnovano anche le collaborazioni con **Scalapay** “Innovative FinTech Partner” e **BMW** “Sustainable Mobility Partner”, che si riconoscono nell’obiettivo di comunicare valori e contenuti rivolti alla sostenibilità e all’innovazione tecnologica.

Per questa edizione, protagonista è la *brand selection* che si colloca nella strategia d’internazionalizzazione messa in atto da WHITE in un’ottica di sviluppo, di esportazione e geoclonazione del suo format.

“Settembre è per noi un appuntamento molto importante, cui puntiamo con chiare intenzioni di crescita in continuità con lo sguardo costruttivo e non competitivo che da anni ci contraddistingue.

WHITE consolida l’operazione di sistema con CNMI e CSM, favorendo l’incoming dei più importanti buyer internazionali a Milano, grazie anche al supporto di MAECI e ICE.

Un ulteriore upgrade nella già alta qualità dei brand selezionati, offre ai compratori le collezioni che meglio

rispondono ai pillar imprescindibili per il mercato del futuro: sostenibilità e innovazione.

Consapevoli della necessità delle nostre aziende di esplorare nuovi mercati, White consolida l’impegno energico e concreto, per portare il format nelle più importanti piazze internazionali” dichiara Massimiliano Bizzi, Presidente e Fondatore di White.

A questa lungimirante visione che punta all’espansione e all’abbattimento delle barriere, favorendo una comunicazione più fluida tra il mercato e le realtà creative di tutto il mondo, fa eco **ExpoWhite**, il format patrocinato del **Ministero della Cultura** diffuso nelle cinque location del Salone, che introduce designer e brand provenienti da paesi che appartengono a una geografia non convenzionale della moda. Alla sua prima edizione, ExpoWhite, svela il potenziale di Arabia Saudita, Brasile, Olanda e Sudafrica.

Dall’**Arabia Saudita**, Saudi100 brands un progetto supportato dal Ministero Cultura e dalla Fashion Commission che presenta i suoi migliori talenti, di cui



Karima One of a Kind

l'85% donne. La partecipazione a White include la collaborazione con Joor, la piattaforma leader di digital wholesale che digitalizzerà l'evento milanese. I buyer grazie alla semplice scansione del QR code corrispondente al marchio selezionato, potranno accedere da qualsiasi parte del mondo al profilo personalizzato dello stesso per visualizzare le linesheet, interagire con le collezioni e procedere direttamente all'acquisto. Otto sono le categorie protagoniste dell'evento: **concept, evening, ready to wear, casual, resort, bags, menswear e jewellery**. Per citare solo alcuni brand: Adelfes - Almuhausen Jewellery - Atelier Hekayat - Bovenue - By Sadeem - Charmaleena - Dazluq - Dollybrand - Eman Joharjy - Kaf By Kaf - Khawla Al-Aiban - Lillian Ismail - Loomer Jewellery - Lurline.

Dal **Brasile** le suggestioni di Syetvie - Drama - Mao De Mae - Serpentina - Room - Thais Bernardes - Sau - Marina Bitu.

Dal **Sudafrica** le proposte di Imprint - Sash South Africa - E.G Jewellery - Selfi - Hamethop - Floyd Avenue - Ezokhetho - Erre.

I **Paesi Bassi**, che hanno fatto della sostenibilità la loro bandiera, esporranno una selezione di marchi protagonisti a Wsm | White Sustainable Milano: A Beautiful Story - Caes - Ilni - Hlckae - Leap Concept - Minois - HCA e saranno host di un evento "Sustainability in Orange" il 22 settembre, giorno di apertura della manifestazione.

Sempre più elevati gli standard dello scouting per una proposta di brand attenta alle esigenze dei buyer internazionali il cui sguardo è rivolto a un'estetica avanguardista.

White arricchisce il suo percorso con aree speciali dedicate a marchi definiti da una forte brand identity come **Swarovski, Simon Cracker, Avant Toi, Maria Calderara, Sophie D'Hoore, Stefano Mortari e Pierre Mantoux** che presenta la capsule di **Carine Roitfeld**.

Rainbowave, showroom con sedi a Londra e a New York, porta nella sua area dedicata i brand Ancient Greek Sandals e Piume Studio.

E ancora **19-69, Wiener Blut, Moth and Rabbit, Son Venin, Mutis Nueva Granada**: realtà di ricerca dedicate all'alta profumeria contemporanea per comunicare al di sopra di ogni omologazione estetica e commerciale.

Il progetto **Secret Rooms**, alla sua terza edizione, dedica 5 stanze a 5 talenti internazionali di nuova generazione, portatori di una creatività indipendente e di forte interesse per i key account dei top buyer di tutto il mondo. In continuità con la visione progettuale originale, gli accessi a ogni secret room non seguono il disegno tradizionale degli altri spazi del Salone, ma trovano la loro collocazione alla fine di corridoi segreti resi unici da un'interpretazione artistica dedicata.

Tra gli aspetti che hanno contribuito al successo di questo progetto pensato e curato da Massimiliano Bizzi, vi è la costante attenzione a sostenere il talento di giovani creativi di tutto il mondo.

Tra le realtà protagoniste di questo progetto cinque marchi di scuola londinese, orientale e americana.

Dreaming Eli By Elisa, della stilista italiana London-based, Elisa Trombatore, laureata alla Central Saint Martins, con una collezione che è stata immediatamente pubblicata su Vogue Runway, Vogue Talents e su magazine indipendenti internazionali di tendenza. Ha debuttato nel 2021 alla London Fashion Week, le sue collezioni permeate di femminilità esprimono il fascino e il desiderio di ribellione agli stereotipi della moda tradizionale.

Marshall Columbia, il designer di Denver con sede a Brooklyn trae ispirazione dalla sua prima infanzia. Fedele ai valori artigianali, dà vita a capi dall'attitudine ironica, usa colori vivaci e forme inusuali in una nostalgica espressione creativa del sé.

Didù, designer cinese laureata alla Royal Academy of Fine Arts di Anversa, si è imposta per la sua attenzione alla sostenibilità e a una "femminilità futurista". Il suo obiettivo è quello di integrare le culture orientali e occidentali nel tentativo di rompere i confini per un unico concetto culturale. La sua rappresentazione iperfemminile della donna, dall'attitudine underground, è un incoraggiamento per esprimere il corpo con coraggio e disinvoltura.

Windowson è il brand di Sensen Lii, stilista cinese diplomato al Royal College of Arts. Il suo primo show, con la collezione "Barbie and the Chinese Zodiac" è stato definito dallo stesso designer sporty-tech haute couture. Le sue creazioni tra maxigonne di tulle e sculture che evocano il cyber-punk dell'era web3 sembrano uscite da un metaverso per entrare con prorompente fantasia nella vita di tutti i giorni. Alcuni capi della sua collezione sono stati indossati da Madonna alla presentazione del suo album Finally Enough Love: 50 Number Ones al DiscOasis @Central Park di New York.

Maktoub, il cui modello di business dirompente mira a celebrare la creatività in tutto il mondo e in tutte le sue forme, invitando artisti e creativi di diverse discipline a influenzare le collezioni stagionali per entusiasmare i progetti del marchio.

Maktoub, che in molte lingue orientali significa "è scritto", indica il concetto di fato o destino, concetto alla base del marchio.



Marshall Columbia

WHITE Cube è lo showcase dedicato alla calzatura contemporanea definita da una nuova narrativa estetica e da una filosofia creativa indipendente, per una risposta identitaria al mercato calzaturiero. **Sam Reychler - Pleiades - Bettina Vermillon - Duca d'Ascalona - Kat Maconie - The Saddler** sono solo alcuni dei brand protagonisti di questa vetrina esclusiva che unisce la qualità artigianale della tradizione a uno stile innovativo. Tra loro anche il collective **Pet Liger** fondato dall'artista visionario e direttore creativo Constantinos Panayiotou. La maison e studio d'arte native del web3 che ha spopolato sul metaverso sarà per la prima volta a WHITE con l'architetto computazionale Pico Velasquez, Viira e con il sound design all'avanguardia di Akito. L'opera d'arte sarà parte di un'asta NFT aperta al pubblico, in collaborazione con SuperRare, e includerà la serie di silhouette a tacco alto di Pet Liger.

WHITE SuK è l'area caratterizzata dal forte appeal commerciale il cui allestimento è ispirato a un suk mediorientale, con una selezione di brand dal forte heritage artigianale: Ibeliv - Asami Studio - Mayroway - Stma Stefania Marra - Daria Pacelli - Spektre - Karima One Of A Kind - Noa Schali - Tarea Studio - Aethernal.



Evoluzione e sperimentazione nei codici di comunicazione della generazione web3 anche nella nuova campagna di WHITE. Tema della campagna, nato dal confronto tra Massimiliano Bizzi e il co-direttore artistico di White, **Beppe Angiolini**, già fondatore di Sugar, è il valore della bellezza assoluta che accomuna la moda evoluta agli animali, primi esemplari di pura bellezza del nostro pianeta. Due linguaggi diametralmente opposti si fondono per rappresentare i valori di WHITE guardando alla metamorfosi dell'estetica di nuova generazione. Il linguaggio **CGI (Computer Generated Imagery)** utilizzato da un team di tre giovani creativi - Nicolò Di Leo Lanza, Tommaso Bruti Liberati e Roberto Bernasconi sotto il nome di **Green Light Project** - s'incontra con quello tradizionale del famoso documentarista ed esploratore **Luca Bracali** per dar vita al progetto crossmediale "**An Eye on the Future**", che unisce la forza comunicativa dell'arte

digitale al tema della sostenibilità e del valore assoluto della bellezza degli animali. Un'installazione immersiva verrà svelata nei giorni della fiera, nello spazio dedicato a WSM che sul tema dell'innovazione tecnologica e sostenibile ha costruito il suo fil-rouge. Il progetto CGI culminerà in un'opera d'arte NFT che sarà esposta il prossimo autunno presso il Museo di Arte Dinamica alla Permanente di Milano.



Dopo il debutto dello scorso febbraio, il percorso narrativo di **WSM | White Sustainable Milano** al **PADIGLIONE VISCONTI** in **via Tortona 58** cresce in termini di espositori e di aree tematiche. Il format, sviluppato in sinergia con Giusy Bettoni, fondatrice e Ceo di C.L.A.S.S. Ecohub *strategic partner* della manifestazione, porta come sottotitolo "Unveiling the Fashion Backstage". WSM sceglie come *mission* la promozione della filiera produttiva legata ai materiali, alle tecnologie, alla produzione e customizzazione *zero waste*, alle stampe e alle tinte sempre meno impattanti sull'ambiente. Cittadellarte - Fondazione Pistoletto si riconferma *sustainable partner* dell'iniziativa, che oltre al percorso narrativo propone esperienze immersive e di formazione, attraverso masterclass e workshop volte a un migliore coinvolgimento dei player del settore e del pubblico finale. Infine il progetto fashion tech lancia un focus inedito sulle strategie di evoluzione e digitalizzazione del fashion retail, tema di grande interesse per le imprese del settore, ma anche per le nuove generazioni di consumatori sempre più evoluti in termini di consapevolezza ed esigenze etiche.

Alcune delle aziende partecipanti:

Dyloan - leader nelle tecnologie e nelle soluzioni innovative per il mondo della moda. Realtà in costante crescita, il focus è oggi sulla ricerca, la progettazione e la produzione oltre che per il settore moda anche per l'arte e il design, seguendo principi di sostenibilità e trasparenza.

Relivetex By Maeba International - pioniere dell'economia circolare, MAEBA INTERNATIONAL ha fatto dei termini ricercare, raccogliere, selezionare, informatizzare, organizzare, monitorare, i capisaldi che le permettono di sviluppare il suo progetto di campionario sempre rinnovato, permettendo al cliente di avere un'ampia gamma di tessuti al metro disponibili.

Fulgar - leader a livello internazionale nel mercato della fibre "man made", interamente Made in Italy. L'introduzione di processi produttivi innovativi rende fibre non naturali, sostenibili e responsabili.

Tencel - leader nella produzione di fibra cellulosa di origine vegetale, il cui processo ha trovato perfetta integrazione in natura e nei suoi cicli. Produce per abbigliamento, denim,

activewear, intimo, calzature, e home.

YKK - seguendo la filosofia del suo fondatore "the cycle of goodness" secondo cui non c'è prosperità senza creare beneficio per gli altri, l'azienda ha formulato la "YKK Sustainable Vision 2050" ponendosi obiettivi precisi in tema di cambiamento climatico, tutela delle risorse idriche e materiali, gestione di agenti chimici e rispetto per le persone.

Bemberg™ by Asahi Kasei - materiale premium con approccio di economia circolare realizzato a partire dai linter di cotone in closed loop.

DHL - in 220 Paesi con i suoi servizi di logistica. Sempre più attento alle tematiche ambientali, investe in veicoli elettrici, utilizzo di fonti rinnovabili e consegne "last-mile" a zero emissioni.

Mirta - lo showroom digitale con la missione di connettere brand contemporanei high-end a buyer internazionali e di aprire, con un semplice click, nuovi mercati per le aziende della moda che intendono digitalizzarsi.

Il **Circular Stage**, palcoscenico del ricco **palinsesto di talk e workshop**, è teatro di panel di discussione e importanti momenti di formazione e informazione. I protagonisti internazionali della transizione tecnologica e digitale, moderati da **Federico Ferrazza** direttore di Wired Italia e dalla sua redazione, si confronteranno su importanti temi quali digital passport, greenwashing, materiali e tecnologie innovative, l'agricoltura rigenerativa e nuove frontiere del retail.

Alcuni dei relatori:

Maxine Bédât Critica, imprenditrice, attivista apprezzata dalla stampa internazionale, fondatrice New Standard Institute, autrice di "Unrevealed. Il lato oscuro della moda".

Javier Goyeneche Presidente e Fondatore di Ecoalf Dounia Wone Chief Sustainability & Inclusion Officer di Vestiaire Collective.

Emma Slade Edmondson Influencer inglese e Ceo della società di consulenza ESE Consultancy, esperta a livello internazionale di moda etica e sostenibile, dallo slow fashion al tema del second hand.

Dirk Vantghem Direttore Generale di Euratex the European Apparel and Textile Confederation.

Stefania Ricci Direttore Museo Salvatore Ferragamo.

Julian Lings Senior Sustainability Manager di The North Face, VF Outdoor.

Peter Droege Direttore del Liechtenstein Institute for Strategic Development, Presidente Eurosolar European Association for Renewable Energy, Presidente del World Council for Renewable Energy.

Luca Sburlati Ceo e AD Pattern Fashion Engineering & Production.

Pier Giulio Lanza Fondatore e AD di DARTMILANO srl, Museo di Arte Dinamica presso il Museo della Permanente di Milano.

Jacopo Schettini Gherardini Director, Research Office at Standard Ethics.

Majken Kalhave Executive Director of Creative Denmark.

Simone Mancini Ceo e founder di Scalapay.

"Il ruolo del Ministero della Transizione Ecologica è

quello di colmare le lacune strutturali che ostacolano il raggiungimento di un nuovo e migliore equilibrio fra natura e i principali sistemi produttivi del Paese. Tra questi un ruolo fondamentale è rappresentato dal settore moda, secondo comparto produttivo nazionale, che fornisce un prezioso contributo alla formazione del PIL italiano. Il Ministero della Transizione Ecologica ha concesso il proprio patrocinio al palinsesto di WSM | White Sustainable Milano, format dedicato alla transizione sostenibile nel settore moda, riconoscendogli il merito di aver indicato alle aziende, agli stakeholder del comparto e al pubblico finale, la strada da percorrere in modo chiaro ed efficace per raggiungere una piena sostenibilità in questo settore" afferma **Vannia Gava Sottosegretario di Stato al Ministero della Transizione Ecologica.**

Scalapay Lounge @White Garden

Scalapay, innovative fintech partner di White, sarà presente in una lounge dedicata nel giardino di Superstudio Più, dove prenderanno vita momenti di networking tra gli stakeholder del settore moda che potranno così aggiornarsi sulle innovazioni nel mondo del retail e sui servizi studiati ad hoc dal leader italiano dei pagamenti buy now-pay later.



Dreaming Eli Elisa Trombatore

WHITE | SIGN OF THE TIMES

Per maggiori informazioni:

Raffaella Imò

Press Office Manager

WHITE

Tel. +39 02 34592785

raffaella.imo@whitepress.it



with the support of



with the contribution of



EXPOWHITE

WHITE

WHITE

CBI

CSM