

FACING
THE
NEW



WHITE®

SIGN
OF
THE
TIMES

24.25.26.27 FEBRUARY 2023
TORTONA FASHION DISTRICT

WHITE | Sign Of The Times presenta
“FACING THE NEW”

Una selezione di oltre 300 marchi al Tortona Fashion District

WHITE | Sign Of The Times – torna a febbraio con il suo content show diffuso nell’area del Tortona Fashion District, ridefinendo, per gli operatori del settore moda, nuove date e un concept aggiornato, con un focus ancora più incisivo sulla realizzazione di nuove connessioni tra il mercato e la creatività a livello globale.

Sarà la giornata di venerdì 24 febbraio ad aprire le porte della manifestazione, che si concluderà lunedì 27, per andare incontro alle esigenze di buyer e tutti gli stakeholder del settore, provenienti da tutto il mondo.

Aree speciali e brand inediti vanno a definire, come vuole la tradizione del Salone, un percorso narrativo che mette insieme i valori della tradizione del Made In Italy, con una ricerca estetica non convenzionale e ispirata ai valori artigianali, proveniente da ogni angolo del mondo. Una nuova edizione realizzata anche grazie al patrocinio del **Comune di Milano**, con il **supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) e di ICE - Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane e in partnership con Confartigianato Imprese.**

Un rapporto consolidato che favorisce anche l’incoming dei più importanti buyer internazionali nei giorni della manifestazione.

“Scopo del supporto dell’Agenzia ICE - dichiara **Milena Del Grosso, Dirigente dell’Ufficio Beni di Consumo dell’Agenzia** - è mettere in contatto le realtà commerciali dei Paesi esteri con le aziende italiane, avvicinando alla moda italiana anche buyer di Paesi lontani ed emergenti, la cui offerta di opportunità di affari è spesso poco conosciuta dalle imprese nazionali. La fiera WHITE viene promossa dai 78 Uffici ICE all’estero, in raccordo con le Rappresentanze diplomatiche e consolari, in tutti i mercati del mondo, identificando potenziali clienti e invitandoli a visitare la manifestazione”.

“White è per Milano un appuntamento importante, vetrina internazionale per il mondo della moda, capace di valorizzare l’eccellenza del Made in Italy e anticipare trend, con una forte attenzione alla sostenibilità e alla qualità del prodotto. La collaborazione tra White e il Comune di Milano dimostra che quando pubblico e privato sanno lavorare insieme si possono raggiungere risultati importanti. Noi siamo e saremo sempre al fianco di iniziative che promuovono, come White, un settore che con più di 11mila imprese e quasi 100mila occupati, rappresenta un valore importante per la nostra città, non solo in termini di occupazione e benessere, ma anche di prestigio”. Dichiarata **L’Assessora allo sviluppo economico e politiche del lavoro moda e design comune di Milano Alessia Cappello.**

“Questa edizione di *WHITE* è stata pensata per offrire una risposta ancora più decisa a buyer e aziende che sanno di trovare nel Salone un brand mix all’insegna dell’internazionalità e dell’innovazione. *WHITE* rappresenta, fin dalle sue origini, un vero e proprio catalizzatore di tendenze che ha il dono di riconoscere i talenti creativi che contribuiscono all’evoluzione del costume e del mercato. Ed è a questo aspetto del format che intendiamo rimanere fedeli. Parlo anche a nome del nostro socio fondatore Simona Severini che è rientrata a capo del team Fashion Research, Promotion and Development, riportando il Salone al suo concept originale, grazie a una selezione che punta sulla qualità e la non omologazione. Dalle Secret Room alle nostre aree speciali, puntiamo ancora una volta a far convergere talenti e progetti vincenti, destinati a diventare delle vere e proprie case history di successo nel panorama del fashion system”. Dichiarò **Massimiliano Bizzi - Presidente e Fondatore di WHITE.**

“La collaborazione tra Confartigianato e White - sottolinea **Moreno Vignolini, Presidente di Confartigianato Moda** - rappresenta un’importante occasione per valorizzare l’Italia dell’eccellenza artigiana sui mercati internazionali. La moda è un punto di forza del made in Italy proprio grazie all’apporto delle piccole e medie imprese, interpreti di creatività e di competenze antiche, protagoniste dell’estro su misura, della personalizzazione, della cura maniacale per i dettagli. Confartigianato è al loro fianco per accompagnarle nel futuro, puntando sulla sostenibilità come fattore distintivo e per affermare il valore artigiano dei prodotti, mix di tradizione, design, ricerca e innovazione”.

Visto il successo delle precedenti edizioni, prosegue il progetto **Secret Rooms** in cui *WHITE* dedica degli spazi espositivi a talenti internazionali di nuova generazione, portatori di una creatività indipendente e dal forte impatto estetico e concettuale, in grado di stimolare l’interesse dei top buyer di tutto il mondo. Come in ogni edizione, il percorso narrativo delle Secret Rooms si rinnova ispirandosi ai codici stilistici dei designer coinvolti di stagione in stagione. Uno scouting project che riscuote sempre il consenso del pubblico grazie a un approfondito processo di selezione curato da Massimiliano Bizzi e dal team creativo di *WHITE*, tenendo conto di importanti aspetti quali innovazione dei codici stilistici, sostenibilità, visione anticonformista con un’impronta internazionale. Per citarne alcuni:

DREAMING ELI lanciata a White lo scorso settembre, porta il messaggio di body positivity, empowerment femminile e sexual freedom. Le sue collezioni toccano i temi dell’indipendenza, dell’emancipazione e della libertà di espressione, esaltando il fascino insito in tutte le contraddizioni che si nascondono nella femminilità.



DREAMING ELI



ROMEO HUNTE

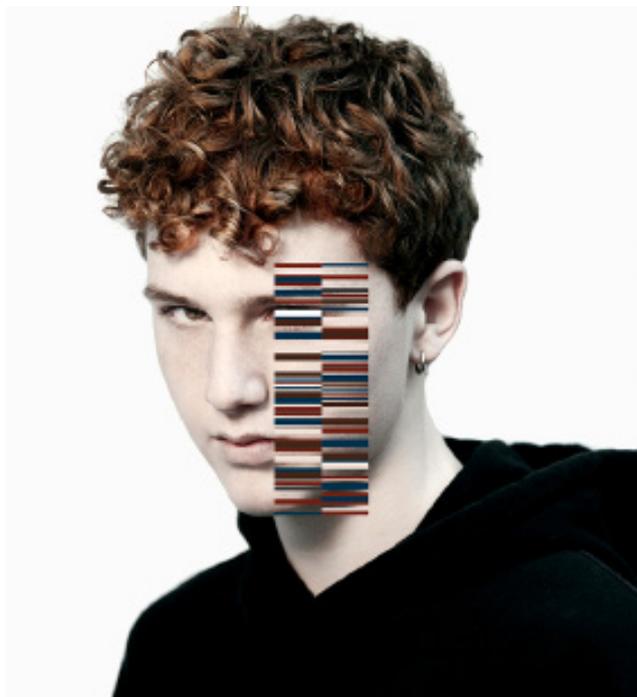
STUDIO PANSTERS il brand della designer olandese Lieke Pansters, laureata in fashion design presso l’Artez University of the ArtS nei Paesi Bassi, esperta in tecniche di tessitura a mano applicate alla moda e all’interior design. Ogni pezzo è un inno all’imperfezione in cui sono volutamente visibili le tracce delle mani dell’artefice che li rendono diversi e unici.

ROMEO HUNTE già notato dai più grandi retailer del mondo, tra cui Net-A-Porter, Saks Fifth Avenue e Bergdorf Goodman esprime il perfetto mix tra creatività e praticità. Amato dalle celebrity come Beyoncé, Lewis Hamilton, Jennifer Hudson, Hailey Bieber, fino all’ex First Lady degli Stati Uniti, Michelle Obama. Ospite al Met Gala come talento emergente, è stato anche nominato finalista per il Womenswear Fashion Group International Rising Star Award nel 2020.

OLUBIYI THOMAS talento della Central Saint Martins, originario di Lagos, inizia la sua carriera di designer da Alexander McQueen a Londra. Da Direttore Creativo di De Rien, ha fondato il suo marchio che adotta un approccio artigianale ai tessuti arcaici, definiti da profili grezzi e un’estetica avant garde decostruita e molto femminile. Il marchio esplora storie di multiculturalismo e identità nascoste, nate dalla riflessione del direttore creativo Olubiyi sulle sue origini nigeriane e sulla sua educazione scozzese. Ispirato dal suo patrimonio, Olubiyi re-immagina in modo vivido i legami tra il post-colonialismo britannico e la storia culturale africana. Ogni pezzo è realizzato a mano a Londra e si concentra su tessuti sostenibili e artigianali accuratamente selezionati.

Gli ultimi due, **ROMEO HUNTE** e **OLUBIYI THOMAS**, sono parte del progetto Fashion Minority Alliance: un’organizzazione senza scopo di lucro e apartitica che collabora con le aziende, i marchi, le organizzazioni e gli operatori del settore della moda e della bellezza per promuovere e garantire l’avanzamento dei creativi BIPOC e storicamente emarginati, al fine di garantire che l’interscambio culturale approdi in un cambiamento positivo, sostenibile e a lungo termine nel settore.

È da questo approccio libero dai confini, sempre più rivolto a proposte provenienti da una geografia non convenzionale della moda e che segna il sentiero per una **nuova identità creativa globale** che trae ispirazione il tema della campagna dell'edizione di febbraio WHITE 2023 dal titolo **Facing The New**. L'obiettivo del fotografo e artista iraniano **Arash Radpour** sceglie un tema di grande attualità: **la mappa del genoma** completata dai ricercatori pochi mesi fa, **in cui sono registrati gli elementi che rendono unico ogni essere umano**. Una chiave di lettura che apre la strada all'approfondimento e alla valorizzazione della diversità etnica, laddove le numerose identità culturali acquistano significato e si evolvono attraverso la loro interazione e condivisione, contribuendo a creare una nuova coscienza della moda ibrida, il cui valore risiede nelle molteplici identità creative che la compongono. Quattro volti rappresentanti di una nuova società globale, sono i capitoli di una campagna crossmediale che accompagnerà il pubblico di WHITE fino ai giorni del Salone in cui il visitatore sarà immerso nel suo percorso multiculturale.



Un lavoro costante di scouting che WHITE mette in atto con l'obiettivo di connettere gli operatori della moda internazionale con i rappresentanti della creatività da tutto il mondo. Come la moda d'oltreoceano delle popolazioni Native dei territori canadesi in un'area dedicata del Superstudio in via Tortona 27. Un'iniziativa realizzata con il supporto dell'**Ambasciata canadese** e il programma **IFA - Indigenous Fashion Art**, che porta la cultura e il meglio della tradizione artigianale delle popolazioni indigene locali a WHITE. Protagonisti di questa special area **6 designer** selezionati dal team creativo di WHITE, con la collaborazione di **Sage Paul** – figura carismatica del design indigeno e art manager – costantemente impegnata nella promozione internazionale della cultura indigena e dei suoi protagonisti, attraverso una connessa programmazione di eventi, campagne e strategie volte alla sensibilizzazione e all'approfondimento della cultura delle popolazioni Native.

Elissa Golberg, Ambasciatrice del Canada in Italia, ha avuto modo di dichiarare:

“Questo è un momento significativo per gli stilisti indigeni del Canada che saranno presenti per la prima volta a WHITE, una delle migliori vetrine e concept show per i nuovi talenti da tutto il mondo, nei giorni della Settimana della Moda di Milano. Questa è un'opportunità unica per celebrare e onorare le voci, le storie e il talento delle Prime Nazioni, Inuit e Métis. L'abbigliamento non è solo qualcosa da indossare, ma un mezzo per raccontare una storia, e questa storia parla di diversità e rispetto per le persone, il pianeta e le sue risorse. Il Canada è fortemente impegnato nella riconciliazione e nel lavorare in stretta collaborazione con le popolazioni indigene per costruire un rapporto rinnovato basato sul rispetto reciproco, la partecipazione e il riconoscimento dei diritti. La riconciliazione è un processo continuo attraverso il quale i popoli indigeni e il governo del Canada lavorano insieme per sostenere e promuovere comunità indigene forti, sane e sostenibili in Canada.”

Di seguito i nomi selezionati:

**EVAN DUCHARME / LESLEY HAMPTON / NIO PERKINS
ROBYN MCLEOD / SECTION35 (Justin Louis) / SHE
WAS A FREE SPIRIT (Erica Donovan)**



Con il **patrocinio del Ministero della Cultura** torna il progetto **EXPOWHITE** che prosegue il suo percorso con una selezione di cinque brand dalla Norvegia - presentati da Innovation Norway in collaborazione con **Norwegian Fashion Hub**.



Negli spazi dell'Ex Ansaldo, via Tortona 54, **COLOR VISION, OLEANA, WOODLING, HOST AND VAR** e **COME AS YOU ARE**

Un nuovo modello di business quello norvegese, in cui l'obiettivo è quello di una creatività e una qualità accessibili a tutti, senza la necessità di ricorrere al fast-fashion o alla produzione di grandi volumi.

Una visione che si riflette anche nel concetto di human sustainability, che migliora qualità della vita dei dipendenti eliminando le distanze tra azienda e abitazioni, promuovendo uno stile di vita dinamico e ricco di attività.

All'Ex Ansaldo - Tortona 54 **"From Design To Production"** presenta una **selezione di designer da Armenia e Moldavia** per raccontare un progetto in cui designer dallo stile evoluto e di ultima generazione fanno affidamento su realtà produttrici dall'approccio altamente tecnologico e sostenibile.

Tra queste, **Melante** designed by Ruzanna Vardanyan - **Lentex** designed by Ariga Torosian - **Lentex designed** by Sona Hakobyan - **Nanman** designed by Inga Manukyan - **Zakaryan** designed by Nelly Serobyan - **IONEL** designed by Evgheni Hudorjocov
Steaua Reds designed by Alina Deordita - **NataliMari** designed by Zorina Don - **Tricon** designed by Irina Fescenco

L'atmosfera glamour di Los Angeles approda al WHITE grazie alla collaborazione con diverse realtà creative tra cui il progetto **LOS ANGELES VINTAGE** all'interno dello spazio della LOUNGE in via Tortona 27.

Mentre al Superstudio Più brand come **The Dan Life, Vintage Souls e WHENSMOKECLEARS** interpretano l'energia dei colori e della luce della west coast, catalizzatori di quei codici che definiscono la cultura e lo stile losangelino. Un luogo definito dall'attitudine libera e dallo spirito ribelle che trova espressione nei suoi look leisure e fancy.

Rinnovata la collaborazione con grandi nomi definiti da una forte brand identity come **Stefano Mortari, Maria Calderara e Avant Toi** nel LOFT in Tortona 27. Sono brand fedeli a un'artigianalità sartoriale reinterpretata in chiave innovativa e sofisticata. Ancora al Superstudio Più nuovi marchi di ricerca come **NIZHONI / NIGEL PRESTON / HUNQ / STELLA NOVA** e il design contemporaneo di **PE DE CHUMBO / NOUS ANTWERP / PAVLINA JAUSS / LOUIS QUATORZE BY EUDON CHOI / LINDA FARROW.**

All'Ex Ansaldo, in via Tortona 54, torna il progetto **SuK** che espone il meglio dell'artigianalità, a tratti scultorea, di **MAISON RODE / RO SKINWEAR / BRAND NO MORE / NOGOON / MAIZENA / KOPKA ACCESSORIES - NO HATS / MAISON LENER / LOIS JEANS / THE EXTREME COLLECTION**

Grande selezione anche in tema di calzature dall'alto valore artigianale e caratterizzate da una forte identità stilistica. Tra i marchi di maggiore interesse **Duca D'Ascalona**, il brand di Civitanova Marche che realizza calzature con materiali naturali come il sughero e il legno, in un mix di arte e artigianato, riconosciuto dai designer internazionali più importanti; **Elena Ettea**, al suo esordio, porta la designer tutta la sua personalità strong che crea calzature caratterizzate da una femminilità dinamica e sensuale, con materiali pregiati e chiusure gioiello; **Calla**, il brand parigino fondato da Calla Haynes che realizza, in un'ottica sostenibile babouche fatte a mano nel cuore di Marrakech utilizzando tappeti berberi vintage riciclati.

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

31 Gennaio 2023

WHITE | SIGN OF THE TIMES

with the support of



with the contribution of

