

WHITE[®]
MILANO

**SIGN
OF
THE
TIMES**



Sign of the times è il titolo della nuova edizione di WHITE, il salone internazionale di riferimento della moda contemporanea e di ricerca.

L'evento, patrocinato dal Comune di Milano, si svolgerà in forma fisica dal 23 al 26 settembre, alla presenza di top buyer internazionali che confermano un interesse straordinario verso la piattaforma innovativa e la qualità del brand mix.

Una manifestazione rivoluzionata nei contenuti e nell'immagine, realizzata grazie al supporto di MAECI e ICE-Agenzia e alla partnership con Confartigianato Imprese.

WHITE si fa interprete di un nuovo corso, con un allestimento completamente rinnovato e un percorso ricco di special content, entertainment e formazione.

290 espositori tra established e cutting edge brand.

Confermato il progetto di incoming buyer supportato dall'agenzia ICE, con un'accurata selezione di buyer internazionali.

“Abbiamo rivoluzionato completamente il nostro format. Un evento fisico, contingentato secondo le norme Covid che prevede anche un'area digitale, incontri e workshop per rendere questa nuova esperienza di WHITE unica e dalla forte identità. Sostenuta da una comunicazione incisiva che ci porta a contare su una grande affluenza da parte dei buyer”.

Dichiara Massimiliano Bizzi - Fondatore di WHITE.

7 SECRET ROOM

7 Brand italiani d'eccellenza raccontano 7 valori ispirazionali per una nuova ripartenza del sistema moda che parli alle nuove generazioni. Da un'idea del fondatore Massimiliano Bizzi e Beppe Angiolini, 7 stanze emozionali – allestite da Dimorestudio – raccontano i 7 valori identificativi di WHITE, in una chiave inedita che verrà svelata solo il giorno dell'inaugurazione.

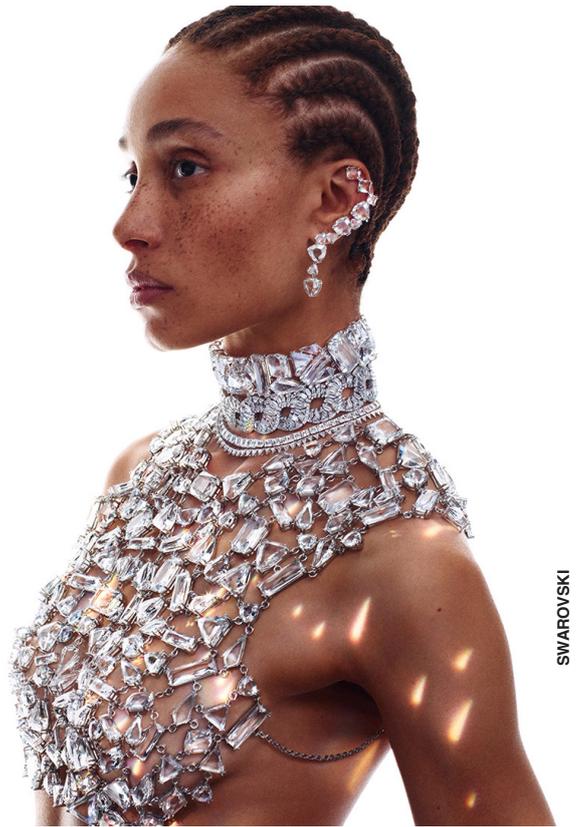
Kiton, Massimo Alba, Aspesi, Incotex, Tagliatore, Finamore e Borsalino, i protagonisti di questo innovativo progetto speciale, che guarda al futuro con un linguaggio rivoluzionario, interpretando l'universo femminile con i pezzi più identificativi del guardaroba maschile.



MASSIMO ALBA



KITON



SWAROVSKI

SWAROVSKI WONDERLAB

Nell'anno in cui celebra i suoi 126 anni di storia, Swarovski guarda al futuro con una nuova e ambiziosa visione e posizionandosi nel lusso accessibile, con l'obiettivo di esprimere un autentico crystal lifestyle.

"Ignite your dreams" è la parola d'ordine della nuova era Swarovski, ambientata in un Wonderlab immaginario che nelle parole di Giovanna Engelbert, Direttrice Creativa della Maison, rappresenta un laboratorio di creatività, radicalmente inclusivo, che invita il mondo a celebrare la propria individualità.

"Wonderlab è dove scienza e magia si incontrano, eccentricità ed eleganza si intrecciano: la sensazione di meraviglia e stupore che vorremmo regalare a chi si affaccia al nuovo mondo Swarovski", spiega Engelbert. Una visione innovativa che, forte di un approccio "massimalista" al colore, al design e allo styling, si manifesta nelle Collezioni I e II, le prime nate dalla nuova direzione creativa.

Swarovski parteciperà al White presentando la sua nuova visione e le nuove collezioni di Gioielleria, in un'area speciale, con contaminazioni di brand di ricerca di rilevanza internazionale.

Le nuove collezioni Swarovski di Giovanna Engelbert esplorano le geometrie essenziali del cristallo ispirandosi ai primi disegni di Daniel Swarovski, per arrivare a una dimensione creativa assolutamente inedita. "All'inizio del mio percorso, c'è la consapevolezza di quanto eclettica e multifunzionale possa essere la gioielleria, unita alla volontà di dare vita ad oggetti e a un'idea di stile di cui donne e uomini possano innamorarsi, da indossare per esprimere liberamente la propria individualità e unicità", spiega la Direttrice Creativa.

Collezioni ricche di simbolismo, che celebrano l'eredità austriaca e l'eccellenza Swarovski nella lavorazione del cristallo, offrendo una varietà di gioielli in infiniti colori, trame complesse e pietre dal taglio esclusivo, che consentono ogni espressione di stile: classica, punk, dolce, sempre sorprendente

IL TALENTO VISIONARIO E PROVOCATORIO DI VIVIENNE WESTWOOD

Uno spazio dedicato alla designer controcorrente Vivienne Westwood "stanza 001" dove verranno esposti abiti della collezione Autunno/Inverno 2021, liberi da preconcetti di genere, che guardano a uno stile unisex.



VIVIENNE WESTWOOD

UN BRAND MIX ALL'INSEGNA DELLA RICERCA E DELL'INNOVAZIONE

Tra i nomi presenti a WHITE: Acchitto / Anita Bilardi / Arcadia / Avec Le Vent / Caliban / Caterina Zulian / Chie Mihara / Cotazur / Dadamax / De Siena Shoes / Duarte / Emanuele Maffei dal 1958 / Es'Givien / Faliero Sarti / Gavazzeni / Gazel / Grevi / PDR Phisique Du Role / Pe De Chumbo / Peech / Poupette St. Barth / Principessa Glam / QMan / Quarzovivo / Radà / Raffaello Bettini / Robert Friedman / Roberto Collina / Roberto Di Stefano / Sandro Vicari / Shaft Jeans / Skin Of Nature / T-Coat / The Extreme Collection / Unique Unconventional Details / Lavi / Maiorano / Maurizio Massimino / Moa Concept / Mustè Studios / Nanni / Ni-Do / Niù / Yatay / Zen Ethic / Zilla

PROGETTO THE FACE

Il magazine internazionale THE FACE sarà official media partner di WHITE, con un programma che prevede un workshop sulla Brand Identity, moderata dalla Fashion Director Danielle Emerson; uno shooting dedicato a 12 brand selezionati, con la presenza di un'influencer internazionale.



LONDON SHOWROOM

LONDON SHOWROOM @WHITE

10 i Top luxury brand provenienti dal British Fashion Council, scelgono WHITE per esporre le proprie collezioni a Milano, durante la settimana della moda donna Ahluwalia / Ancuta Sarca / Completedworks / Duran Lantink / Edward Crutchley / Helen Kirkum / Maximilian Davis / Palmer//Harding /Saul Nash /Sweet Lime Juice / Carlos

ALTAROMA

Il networking value di WHITE conferma la sua forza nell'importante partnership con Altaroma, volta a consolidare il prestigio del Made In Italy nella moda a livello globale. Otto i brand selezionati per rappresentare quest'importante asse Milano-Roma.

Annagiulia Firenze / Casa Preti / Caterina Moro / CDC Studio / Zerobarracento Bgb / Bouncing Bags / My Chalom / Kinda 3d Swimwear



ALTAROMA



WHITE PER FUTURE FASHION INNOVATION, IN COLLABORAZIONE CON VOGUE ITALIA

Una partnership d'eccezione conferma WHITE centro di connessione tra la città di Milano e i nuovi panorami creativi della moda del futuro. Dal 23 al 26 settembre, negli esclusivi spazi di via Tortona 27, in cui ricerca e avanguardia s'incontrano con il meglio delle PMI e dell'evoluzione artigianale del nostro Paese, una selezione di luxury designer di ultima generazione dalla Cina, verranno presentati con il sostegno di Vogue Italia, attraverso un allestimento artistico di grande impatto, e uno storytelling diviso per macro aree.

Un cocktail esclusivo il 24 settembre, alla presenza di stampa e buyer, celebrerà quest'ambizioso progetto che culminerà in un'installazione futuristica con i capi dei 5 designer selezionati.

HEURUEH / NOSENSE / CJ YAO / LEAF XIA
COLORWONDERLAN / DUMPTY

CONTEMPORARY MAKERS

WHITE conferma il suo format innovativo dedicato agli artigiani evoluti, con il sostegno di Confartigianato – la principale associazione italiana che rappresenta le PMI - che porta al Salone 22 brand di ricerca iscritti all'Associazione, quali rappresentanti delle piccole e medie imprese, che alimentano il futuro del Made In Italy di una nuova vitalità. Al fine di enfatizzare lo storytelling delle label è un Qr-code e uno studio allestito per la produzione e distribuzione dei contenuti di comunicazione digitale.

Nell'ambito sia dell'impresa artigiana che delle start-up trova la sua perfetta collocazione VIA MADE IN ITALY: un progetto innovativo sviluppato da giovani imprenditori startupper in collaborazione con l'Università Bocconi. Una piattaforma di connessione tra il mondo della creatività, quello dei giovani designer, e quello della produzione di private label che offre opportunità di impiego e di business in un mercato internazionale, con dinamiche ad oggi inesplorate e di prevedibile successo. Anche questo progetto viene ospitato in sinergia con White e CSM trovando in entrambe le sedi una collocazione fisica e una piattaforma di comunicazione.



TWOBC

NELLA SECRET UNCONVENTIONAL – TWOBC disegnata da Antonio Berardi

Parole di Bob Dylan e voce di Elvis Presley, nel suo morbido blues: "Tomorrow is a long time".

Il domani è un tempo lungo, che inizia nel presente e non disdegna di far proprie alcune suggestioni che giungono dal passato. È questa l'identità di TWOBC, che debutta a WHITE con la sua collezione Donna, dalla personalità contemporanea che tuttavia si nutre in giusta misura con suggestioni appartenenti a un passato non remoto e certamente più spensierato. Essi consentono di arricchire di gioia e di lievità una collezione ben costruita, ben strutturata, con un carattere preciso, a suo modo rigoroso, ben definito dalla cura delle costruzioni con qualche concessione alla sartorialità e un occhio puntato verso l'ecosostenibilità. Sogno e realtà, dunque. Sport&Chic. Sensualità e determinazione, che, unite, generano fluidità. Per vivere "da qui all'eternità". Come se Deborah Kerr, potesse indossare in totale naturalezza, outfit pensati e realizzati negli anni Venti del Terzo Millennio. Oggi, domani, sempre.

SUSTAINABLE WHITE

La designer portoghese con un'anima da illustratrice Ana Duarte, che ha fondato le sue collezioni sulle sue grafiche esclusive e filati tecnici come il neoprene, ricavate dal riciclo di plastiche e cotone riciclati, è una delle protagoniste di questa edizione di WHITE che da sempre punta i riflettori sul tema della sostenibilità. Selezionata e premiata da C.L.A.S.S. Ecohub "per la sua capacità di unire allo storytelling squisito uno story-making virtuoso" dichiara Giusy Bettoni - CEO e fondatrice del premio internazionale.

Fashion B.E.S.T. (fondato nel 2009 da Michelangelo Pistoletto e Franca Sozzani), esporrà una capsule collection genderless, per interpretare attivamente la nuova generazione della moda, inclusiva e sostenibile. Una produzione etica e Made In Italy, effettuata con tinture naturali, e raccontata su ogni capo attraverso il suo QRCode.



ANA DUARTE

PEECH

Amedeo Piccione presenta la sua collezione Peech SS22 in una chiave innovativa, con un allestimento di grande impatto cromatico. Un mix di tessuti impalpabili in cui iconica prende forma la gonna a pieghe come capo di punta della collezione.

Protagonista un trionfo di stampe evoca il tema del tempo: la clessidra, l'orologio da taschino o la più moderna macchina del tempo, in una a collezione che mette d'accordo tutte le generazioni.

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

SMITH & ZOON AWARD

La Design Challenge di Smit & Zoon, ha lanciato un sustainable leather concept, selezionando cinque designer con il supporto dell'Arsutoria School. L'obiettivo è quello di creare calzature di fascia alta per l'industria della moda, con una particolare attenzione al tema della sostenibilità. Il contest, iniziato nell'ottobre 2020, e conclusosi lo scorso maggio, ha visto la creazione di 6 stili con pelle conciata con il nuovo sistema Zeology, senza l'uso di colorazioni artificiali. Il vincitore Hommy Diaz ha creato il suo personale marchio MAGNUS ALPHA.

SHOWROOM CONNECTION@WHITE.

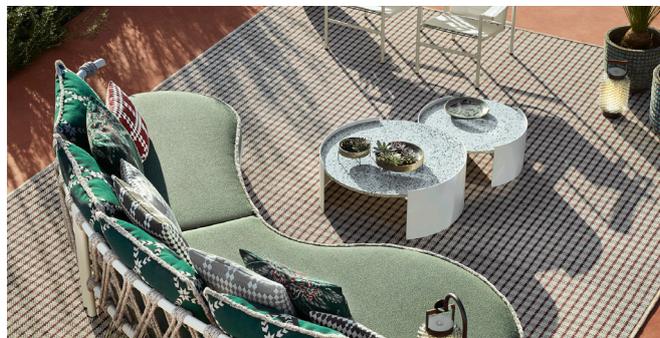
Un progetto che colloca la figura degli showroom al centro di un sistema che individua nel network una forza valore di fondamentale importanza per la crescita del mercato.

Maria Pia Bernardis, titolare di Point Showroom di Milano, è la prima a credere in quest'idea lungimirante che alimenta le connection di una nuova energia.

"Sono convinta che bisogna tornare indietro per andare avanti", commenta Bernardis. Una visione che s'impegna a recuperare il valore del rapporto diretto col pubblico per raccontare il prodotto nei suoi aspetti più specifici. Sempre Maria Pia Bernardis continua: "Il digitale rimarrà e sarà sempre più forte ma all'interno delle boutique bisogna creare delle experience che sappiano rendere l'essenza di ogni prodotto, comunicando prima di tutto qualità e dettagli che fanno la differenza, dando così un nuovo impulso alla vendita" Maria Pia Bernardis, nel suo Point Showroom, dedica da sempre la sua attenzione a dei progetti speciali, "non mi piace definirli prodotti, io faccio una ricerca approfondita di progetti che hanno una storia da raccontare". Attraverso storie di brand come Pierre Louis Mascià, Alonpi - un lifestyle sul mondo del cashmere. Così come Mr e Mrs Shirt che è una storia di camicie e abiti dal taglio contemporaneo sofisticato.

CASSINA @WHITE GARDEN

WHITE Garden celebra il ritorno al contatto umano in un allestimento curato secondo "The Cassina Perspective" che, attraverso la creatività e l'avanguardia, apre un dialogo tra l'ambiente e i prodotti innovativi in cui evoluzione tecnologica e sapienza manuale diventano progetti. All'interno di questo allestimento, prodotti nuovi e icone del Moderno danno vita ad ambienti esterni originali e accoglienti. Patricia Arquiola interpreta la felicità della vita all'aria aperta con una collezione di forte impatto, ispirata ai piccoli trampolini presenti nei giardini delle case in Groenlandia, con Trampoline, una collezione scenografica ed elegante, dalle forme morbide e giocose, mentre le icone outdoor di Le Corbusier, Pierre Jeanneret e Charlotte Perriand convivono con naturalezza in questo spazio open air.



WHITE
MILANO

with the support of

