

The Instinct Factor

# WHITE

SIGN OF THE TIMES

SEPTEMBER  
22.23.24.25

SUPERSTUDIO PIÙ - TORTONA 27  
BASE MILANO | EX ANSALDO - TORTONA 54  
PADIGLIONE VISCONTI - TORTONA 58

MILANO . 2023

## 22.23.24.25 SETTEMBRE 2023

#MILANFASHIONWEEK23

**WHITE MILANO** conferma la crescita che sta avendo ed espande i propri format lanciando il **WHITE VILLAGE**. Si tratta del primo esempio di "fuori salone" realizzato durante la settimana della moda, che ha come mission la condivisione, il networking e la creazione di progetti in grado di intercettare le trasformazioni in corso nella società. **Durante tutte le giornate di WHITE, dal 22 al 25 settembre**, nelle location del TORTONA FASHION DISTRICT, il WHITE VILLAGE svilupperà una serie di attività di intrattenimento e potenziamento del business, **dalle 18.00 alle 22.00**, aperte al pubblico della città e non solo agli operatori del settore.



SAMANTA VIRGINIO

## WHITE CRESCE NEI SUOI FORMAT E INAUGURA IL WHITE VILLAGE

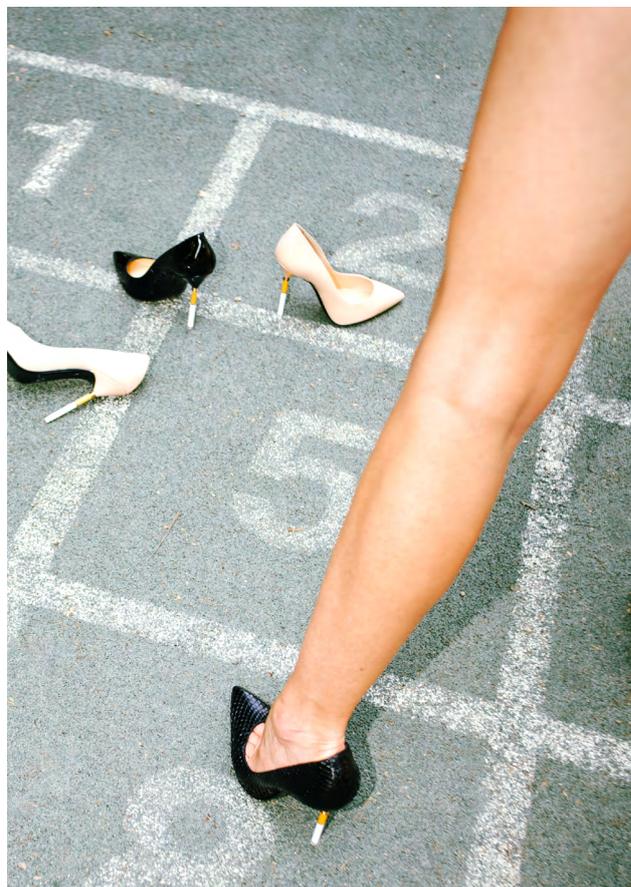
*"Un applauso a chi 20 anni fa ha avuto l'intuito di creare uno spazio espositivo dedicato alle microaziende, spina dorsale del nostro Made in Italy. Dal palcoscenico di WHITE sono partiti moltissimi brand sconosciuti, che, grazie a questa vetrina, hanno raggiunto l'Olimpo della moda", commenta Barbara Mazzali, Assessore a Turismo, Marketing Territoriale, Moda e Grandi Eventi di Regione Lombardia, ringraziando l'ideatore di WHITE, Massimiliano Bizzi, "per il grande lavoro di ricerca per costruire ogni edizione". "Tra pochi giorni White accoglierà circa 40 eccellenze lombarde del fashion che, insieme a 360 altri brand, alcuni emergenti, si 'presenteranno' ai migliori buyer esteri e operatori del settore", aggiunge l'Assessore che plaude, infine, alla novità WHITE VILLAGE: "Un vero 'Fuori salone' che ospiterà conferenze, panel, workshop e tante attività che sveleranno il magico ma duro lavoro dietro le quinte della moda".*

**WHITE | SIGN OF THE TIME** dunque sempre al passo con i tempi, si appresta ad avviare una nuova e super energica edizione dedicata alla moda donna prêt-à-porter presentando oltre **360 aziende** e tutta una serie di novità nelle proprie location di Via Tortona 27, 54, 58 ed al Museo del Mudec.

Da **venerdì 22 a lunedì 25 settembre**, gli spazi diffusi nell'area del **Tortona Fashion District** si popoleranno degli attesi **circa 20.000 operatori del settore moda** alla ricerca delle novità della stagione primavera-estate 2024. Si tratta di uno degli eventi più rilevanti e dinamici promossi durante la **Milano Fashion Week**, che fin dagli esordi è riuscito ad attrarre numerosi buyer, addetti stampa e operatori del settore provenienti da tutto il mondo. Il DNA di WHITE sarà palpabile all'interno del salone che si riconfermerà come **piattaforma internazionale** di riferimento per le aziende e vetrina delle nuove tendenze presentando in anteprima le collezioni di oltre 360 brand mantenendo l'equilibrio tra le aziende italiane e quelle provenienti dall'estero (un perfetto 50% per entrambe le suddivisioni).

Rinnovato il patrocinio del **Comune di Milano**, con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)**, di **ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane** e con la partnership di **Confartigianato Imprese**. Un rapporto consolidato che dura da molte edizioni e che favorisce nei giorni della manifestazione l'incoming dei più importanti buyer internazionali e della stampa estera che aumentano in percentuale stagione dopo stagione.

**Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro Moda e Design del Comune di Milano, afferma: "WHITE, a cui quest'anno si aggiunge la novità di WHITE VILLAGE, rappresenta uno dei momenti più significativi per la città durante la settimana della moda milanese. Un contenitore di progetti innovativi e una vetrina di richiamo a livello internazionale, sempre in sintonia con le attuali tendenze. La manifestazione dimostra in modo tangibile l'interesse da parte degli operatori italiani e stranieri nel selezionare Milano come la migliore piattaforma per presentare le proprie idee e creazioni. Come amministrazione siamo, anche in questa edizione, al fianco di WHITE con l'obiettivo di valorizzare il nostro prezioso patrimonio manifatturiero fatto di conoscenza tecnica, produzione artigianale e creatività, elementi che sono la firma distintiva del Made in Italy".



ALBERTO CIASCHINI



**Massimiliano Bizzi**, Fondatore e Art Director di WHITE, ha continuato il percorso di comunicazione delle campagne di WHITE iniziato qualche stagione fa e che proseguirà nell'edizione di settembre 2023 ponendo l'accento sull'importanza dell'impulso naturale contrapposto alla razionalità. Con il tema **"The Instinct Factor"** si vuole rilanciare, nell'era dominata dell'intelligenza artificiale, il valore dell'istinto primordiale. Le immagini di campagna sono state affidate all'obiettivo del fotografo e artista Arash Radpour.

WHITE, visto il successo e la risonanza mediatica avuta nelle precedenti edizioni, riconferma il progetto **Secret Rooms**. Cinque stanze segrete nelle quali altrettanti talenti internazionali di nuova generazione mostreranno le nuove collezioni. I designer confermati sono stati selezionati dopo un accurato **scouting** da parte del team di WHITE – guidato dal General Manager **Simona Severini** – seguendo delle caratteristiche precise che favoriscono la creatività indipendente e il forte impatto estetico e concettuale. In continuità con la visione originale del progetto, gli accessi a ognuna delle Secret Rooms si troveranno in fondo a corridoi segreti che conducono a **spazi privati dedicati**, resi unici dall'interpretazione artistica dei singoli designer.

Tra le Secret Rooms di questa edizione non mancheranno i talenti internazionali ma sarà forte la presenza dell'Italia, tra i designer di origini italiane e quelli che pur essendo di altre nazionalità hanno scelto l'Italia come base per i loro brand. Protagonisti delle cinque Secret Rooms saranno: **Alberto Ciaschini** (dall'Italia), **Risa Nakamura** (dall'Italia, di origini giapponesi), **Samanta Virginio** (dall'UK, di origine italo-americana), **Studio Pansters** (dall'Olanda) e **TOTON** (dall'Indonesia).

La visione di WHITE che punta all'espansione e all'abbattimento delle barriere, favorendo una **comunicazione fluida** tra il mercato e le realtà creative di tutto il mondo porta alla realizzazione di **EXPOWHITE**. Designer e brand originari di Paesi che appartengono a una **geografia della moda non convenzionale** si ritrovano a Milano per presentare la propria visione di moda. EXPOWHITE svela il potenziale dei creativi provenienti dall'**Arabia Saudita, Armenia, Brasile e Sudafrica**.

EXPO WHITE sarà nuovamente la vetrina del progetto **Saudi 100 Brands**, il programma della **Fashion Commission** che promuove cento fashion designer dell'**Arabia Saudita** che operano nei settori dell'abbigliamento ready-to-wear, della couture, della cosmesi e degli accessori (scarpe, borse e gioielli). È stata annunciata la partecipazione di diversi **stilisti consolidati**, pilastri della moda saudita, affiancati da un gruppo di promettenti **designer emergenti**; esporranno le loro collezioni presso il **Padiglione Visconti in via Tortona 58** dal 22 al 25 settembre in contemporanea con WHITE.

Freschi della partecipazione alla prima edizione della Yerevan Fashion Week avvenuta a inizio estate, un gruppo di brand provenienti dall'Armenia porterà all'interno di WHITE, negli spazi della **Daylight**, le loro collezioni moda prêt-à-porter. I designer provenienti dall'Armenia saranno: **Vahan Khachatryan, LOOM Weaving, KIVERA, ZGEST, DAJELI, Zakaryan Jeans, Ananyan, UHI Jewelry, NIKOLYAN, The Muse**.

La **Fashion Firm SA** presenterà **dieci designer sudafricani** all'edizione di settembre di WHITE (negli spazi speciali delle **Four Rooms** in Tortona 27) proponendo la loro idea di moda con l'intento di aprirsi a nuovi mercati. I designer coinvolti saranno: **Sash South Africa, Lizah Chanda Crochet Collection, e. g. jewellery, ABANTU, Shweshwekini Active Wear, Wanda Lepphoto, Connade, LAANIRAANI, Floyd Avenue Apparel, Inga's Africa**. La Fashion Firm SA collabora con il Department of Small Business, il Department of Sports, Arts & Culture, la Small Business Agency (SEDA) e con Mercedes Benz South Africa.

*"M.Seventy, società organizzatrice di WHITE da oltre 20 anni, ha acquisito una esperienza unica nel saper mettere in connessione le aziende, i compratori e la stampa, supportando e introducendo sul mercato globale, numerosi designer provenienti da tutto il mondo. Forte di un network di eccezionali dimensioni, M.Seventy ha sviluppato un hub capace di agevolare, attraverso la erogazione di numerosi servizi, la introduzione ed il posizionamento delle aziende estere sul mercato internazionale; questo progetto ha preso il nome di EXPO WHITE in quanto oltre ad offrire gli spazi propri nelle location del salone, i progetti esteri possono essere posizionati nelle location esterne che popolano il Tortona District. Siamo dunque orgogliosi di affermare che EXPO WHITE ha avuto un forte impulso e che annoveriamo numerose richieste per le prossime edizioni del salone provenienti soprattutto dalle zone geografiche non convenzionali per il sistema moda. Nella epoca post-Covid sono numerosi i paesi emergenti che vogliono portare alla ribalta la propria cultura e saper fare e vedono in Milano la Fashion Week di riferimento in grado di offrire al tempo stesso visibilità e opportunità di business"* sostiene **Brenda Bellei**, CEO di M.Seventy.



RISA NAKAMURA

Durante il salone sarà presente anche la selezione di **dieci designer spagnoli** che parteciperà grazie alla collaborazione con **ICEX España Exportación e Inversiones**. Una fruttuosa collaborazione iniziata nel settembre 2017 e che continua tutt'oggi. Dall'abbigliamento all'accessorio, i talenti spagnoli che parteciperanno saranno: **Chie Mihara, Clo Madrid, Flabelus, JCPajares, Lavina Peswani, Lola Casademunt, Lola Cruz, Pahiesa Formentera, Surkana e Yerse**.

WHITE, raccoglierà sotto di sé nei vari spazi del Tortona Fashion District, le nuove collezioni di molti nomi che collaborano fedelmente con il salone ma anche tante novità. La natura di WHITE è di supportare la **nuova generazione moda**, le realtà fortemente originali e di ricerca e chi si impegna in una **creatività sostenibile**. Da sempre il salone è frutto di un sapiente e accurato mix di realtà differenti: si abbattano i confini geografici, si è svincolati dell'età anagrafica di brand e designer e si valorizza come fine ultimo il **talento**. Questo settembre saranno presenti le creazioni – pezzi unici – in delicati e preziosi tessuti vintage realizzati da **Remué**, la collezione eccentrica e iper femminile di **Mrs. Keepa** e lo spazio dedicato allo stile romantico del brand **Mes Demoiselles Paris**. Avranno uno spazio dedicato le borse di **GAVA**, la nuova open innovation di Gavazzeni, il cui primo frutto è la Vitto Bag ovvero la borsa che ricorda un morbido cuscino. Non mancherà la "wearable art" del brand giapponese **BUNZABURO** specializzato nello "shibori", una particolare tecnica di decorazione del tessuto. La designer **Judy Sanderson** e le sue creazioni sostenibili realizzate in Portogallo dallo stile vivace fedele alle origini Sudafricane della stilista. **Frida** proporrà una capsule collection eclettica e contemporanea di capi vintage e pre-loved in linea con i principali trend del momento. La collezione **Maison Corinna Houdi**, brand ricercato che mescola il lusso con lo street style, elementi femminili e maschili, dettagli morbidi e strutturati.

Procedendo sull'onda di quei brand che dedicano particolare attenzione alla ricerca si troverà il **Basement** ovvero lo spazio che WHITE Show dedica a brand d'**avanguardia**, fuori dagli schemi stilistici e di produzione mainstream. Tra i brand presenti nel Basement: **Costaia**, brand messicano che produce made-to-order e **Vuscichè** con il suo guardaroba agender realizzato in tessuti locali recuperati.

Rinnovata la collaborazione con grandi nomi dal brand identity molto definito e riconoscibile come **Avant Toi, Maria Calderara e Stefano Mortari** che saranno presenti nello spazio **Loft**. Si tratta di brand maestri nella **lavorazione artigianale e sartoriale** che viene reinterpretata in chiave innovativa e assolutamente attuale. Spesso facendosi contaminare da stimoli esterni o dall'arte, come nel caso di **Maria Calderara** che partendo dal cerchio, forma cara alla stilista, ha ideato la nuova collezione "Round River" in cui reinterpreta e dialoga con le opere del pittore Antonio Scaccabarozzi riprendendo alcuni temi ricorrenti, come la liquidità del colore.

Lo spazio denominato **Lounge** sarà la location dedicata alla collaborazione tra WHITE e **Scale7**, il primo incubatore di imprese moda e design fondato dalla Qatar Development Bank (QDB) in collaborazione con M7. Scale7 è uno spazio in cui designer, imprenditori e startup possono trovare non solo sostegno ma anche ispirazione nel loro percorso verso la creazione di marchi riconosciuti e commercialmente validi. I dieci designer che esporranno nella Lounge saranno: **Dana Riad, Drizzle, Fursan, Harlien, Hissa Haddad, Irreplaceable, LIN, Morpholio, Jwahr e Maryam Al Darwish**. Le proposte moda copriranno differenti categorie merceologiche dall'abbigliamento ready-to-wear al modest fashion di abaye e caftani, passando poi per le calzature, le borse e gli accessori.

A completare la proposta del panorama moda non possono mancare le collezioni di brand dall'appeal più commerciale e dallo stile fresco e giocoso come i costumi e le t-shirt di **Mimi à la Mer**, l'abbigliamento greco di **Aether Coocu Resort** oppure quello iper colorato e ricamato di **Xiwikj**.

E per finire, sempre di grande importanza è il progetto **Suk**, una vetrina **open space** dallo stile minimale, in cui verrà esposta una cerchia di brand con collezioni di piccole dimensioni ma caratterizzate da un'identità ben definita. Tra i brand esposti nel Suk ci saranno le borse **WS&** e quelle di **Karla D'Oliveira**, i gioielli di **Midorj**, le calzature di **Marianna Mazza** e molti altri.

WHITE – ancora una volta – è sinonimo di qualità, di ricerca, innovazione, tendenze, moda emergente e sostenibilità. Siamo sicuri che l'edizione di Settembre 2023 offrirà numerose novità al grande pubblico del settore moda e riuscirà a dare la meritata visibilità ai brand partecipanti e a tutti i partner del salone.



"Il lavoro di scouting del team commerciale di WHITE, del quale sono a capo si fonda principalmente sulla valorizzazione del talento creativo. Come si crea un brand mix di qualità? Andando alla fonte, visitando gli atelier degli artigiani, in qualsiasi parte del Mondo, non solo nelle principali capitali della moda, ma nelle città meno frequentate di paesi remoti, che spesso svelano talenti. Posso affermare che alla base del nostro lavoro ci sia il viaggio. Gran parte del nostro tempo lavorativo lo trascorriamo frequentando le fashion week di tutto il mondo, ma anche fissando appuntamenti con creativi giovani e meno giovani, perché anche l'età non rappresenta un limite. La mission di White fin dalle sue prime edizioni è sempre stata quella di proporre ai top buyer che lo frequentano, designer di altissimo profilo, collezioni uniche realizzate con tecniche esclusive da mani sapienti.", afferma **Simona Severini**, General Manager di WHITE.