



WHITE Man and Woman

20 · 21 · 22 Giugno 2015

via Tortona 27 e via Tortona 54

WHITE sempre più MAN AND WOMAN

Il salone milanese, cuore pulsante del **Tortona Fashion District**, si appresta a varare un'edizione le cui cifre, **il 20% circa di espositori in più rispetto all'edizione di gennaio 2015**, confermano il successo della formula adottata nelle ultime stagioni: collocare ogni azienda selezionata in spazi idonei a presentare sia le collezioni maschili che quelle femminili. Una strategia di mercato che ha richiesto l'ampliamento dell'area espositiva, estesa all'Art point di Superstudio Più e che ha suscitato un crescente interesse dei buyer da un lato e degli espositori dall'altro. Una peculiarità che ha imposto nelle ultime stagioni, la validità di un format inedito, destinato a raccogliere ulteriori successi. Nell'edizione allo start-up sono, a o oggi, **207 espositori, 71 dei quali sono solo menswear, 31 solo donna** e ben **105** con entrambe le proposte (**donna e uomo**), **insieme e nello stesso spazio**. In questo modo, sommando le singole collezioni, a White saranno presentate **136 proposte donna e 176 maschili**.

ONLY WOMAN

White vara **ONLYWOMAN** una sezione inedita, interamente dedicata alle collezioni womenswear di marchi selezionati e proposti ai compratori attesi in via Tortona 27. Tre i nomi di spicco per il battesimo della sezione c'è **Cristiano Burani**, una griffe tra le più apprezzate nel panorama retail internazionale, **Special Guest** della sezione Only Woman. Nella stessa area **Laura Strambi**, la stilista che si è imposta nell'universo del prêt à porter per l'allure delle sue creazioni eco friendly presenta le ultime novità per la primavera-estate 2016; **Maurizio Pecoraro** ritorna per la seconda volta nel fashion show milanese, presentando la pre-collection in una **Special Area** di Only Woman allestita con elementi di design e arredi di modernariato. Anche **Momoni**, il brand fondato a Treviso da Alessandro e Michela Biasotto ha scelto White Only Woman per svelare la nuova stagione, subito dopo aver inaugurato a Firenze la sua prima boutique monomarca. Ritorna, invece a White **Hoss Intropia**, il marchio spagnolo caratterizzato dalle stampe e dalla delicatezza dei ricami hand-made.

MAN AND WOMAN

Accanto alla sezione Only Woman, White riafferma la sua identità men and woman, ospitando **105 collezioni presentate nello stesso spazio**. Come **Grenson, Marahishi, Henrik Vibskov, Harmony, The Last Conspiracy, Iuter, L.G.R., Kuro** e **Snake and Dagger** e **North Sails**, pronto ai nastri di partenza con la nuova collezione fatta di capi iconici, tipicamente menswear, reinterpretati in una prospettiva femminile né troppo vintage, né troppo contemporanea e con tanti dettagli sailing svelate in una Special Area.

Special Guest tra le proposte Man and Woman per l'edizione di giugno 2015 sarà **Atelier Archivio**, la nuova capsule uomo e donna creata da **Alberto Biani** e dalla figlia **Angela Biani**. La collezione è composta da outfit di gusto contemporaneo, ispirati ai best seller del passato, gelosamente custoditi nell'archivio della storica maison milanese.

MAN SPECIAL AREA

Scelgono White il brand inglese **Cottweiler**, special designer per il menswear e **A-Men**, la nuova label maschile di Amen del gruppo Jato, che svelerà la neonata capsule collection la cui cifra saliente sono i ricami e i patch che hanno



portato al successo la collezione ammiraglia.

Un'altra area speciale avrà al centro della scena le creazioni di **Antonio Marras**, create per il magazine online **Manintown.com** e vendute in esclusiva sul sito e-commerce **luisaviaroma.com**, a partire dal 16 giugno. Protagonista per l'activewear, **Adidas Original**, lo storico brand del trifoglio che ritorna a White con le news di stagione, accanto ai remake delle iconiche sneakers.

Deus ex Machina, il brand che nasce nel 2006 in Australia nell'orbita delle due ruote, del surf e dello sci è a White con la collezione p/e 2016 concentrata sui temi cross ed enduro incrociati con i colori dei surfisti di Bali. Tra T-shirt logate e camicie floreali.

Ritorna a White **FATTORE K** uno degli showroom multimarca più collaudati sul fronte delle avanguardie streetwear che porterà nella sua Special area, tra gli altri, **Xarifa**, **Big Uncle**, **Champion Reverse Wave**, **Rivieras** e **Todd Snyder + Champion**.

BASEMENT

L'avant-garde europea è di casa nel **Basement**, il privé sotterraneo di via Tortona 27, destinato a ospitare le creazioni che esprimono le punte più avanzate della sperimentazione, destinate alle boutique internazionali. Come il parigino **Marc Le Bihan**, gli italiani **Lucio Vanotti** e **Filippo Fanini**, **Henrik Vibskov** il designer danese che ritorna nel Basement con le sue creazioni di ricerca e **House of Very Island's**, creato da quattro artisti viennesi, conosciuto per il suo casualwear realizzato con tessuti organici.

WOW WHITE ON WEB - HIGHSNOBIETY

Prosegue con successo la collaborazione tra White e **Highsnobiety** il magazine di moda e lifestyle on line e cartaceo, con sedi a Berlino che vanta oltre 5 milioni di visitatori, nella sezione WOW, patrocinata da Comune di Milano. Fucina di idee, ma anche laboratorio espressivo per i linguaggi della moderna comunicazione e della contaminazione tra moda, musica e web, Wow porta negli spazi dell'Ex Ansaldo di Tortona 54 i suoi professionisti (fotografi, video maker, blogger e stylist) impegnati nella realizzazione di servizi esclusivi sulle tendenze street, con gli outfit di **Sempach**, **Stelios Koudounaris**, **Losers**, **Stighlorgan** e di molti altri ancora.

Una delle più collaudate buyer-experience messe a segno da White è rappresentata dalla stretta collaborazione con i multibrand più qualificati nella ricerca e nella proposta delle tendenze street style.

WOK ROOM

Sotto il segno di White torna la sezione **Wok Room** affidata al **Wok Store di Milano**, una delle insegne di riferimento per lo stile street&sport. Per l'edizione di giugno, la scelta è caduta su **Myar**, il brand creato da **Andrea Rosso**, **Eastpak** con una limited edition realizzata in collaborazione con l'azienda di tessuti londinesi House of Hackney e label parigino **Assk**



BOTTEGA BACKDOOR & LA FERRAMENTA

Bottega Backdoor & La Ferramenta di Bologna, altro tempio della ricerca streetwear animerà la sua area con le news firmate **Han Kjobenhav**, uno dei più interessanti esponenti dell'avanguardia danese e di **Daily Paper** tra i più accreditati della nouvelle vague olandese. Fa parte della stessa sezione **Filling Pieces** il brand di calzature che mette in relazione lo streetwear alla moda high-end e **Casbia**, con le sue sneakers realizzate a mano con l'utilizzo di materiali tradizionali rivisitati con tecnologie innovative e **Carrera Helmet**, il marchio di proprietà del gruppo Safilo che sigla i caschi da moto più glamour del momento.

WHITE BEAUTY AND GLASSES

Naso di Raza e **Morph Parfum**, due tra i brand più interessanti di una nicchia che comprende profumeria artistica e cosmesi di ricerca, saranno i protagonisti di una delle aree più apprezzate e frequentate di Tortona 54 dove esporranno tutte le ultime novità di loro produzione. Nella stessa sezione ci saranno tre brand molto rappresentativi dell'eyewear giovane e indipendente. Come **//Delirious**, il marchio fondato, nel 2013, dal giovane artigiano-imprenditore Marco Lanero; **Jossa on the Rocks** gli occhiali prodotti artigianalmente in un piccolo laboratorio nel Cadore e **Spektre Sunglasses** tra i più presenti nelle migliori boutique italiane e internazionali dopo il lancio, a White, nell'edizione di giugno 2013, della sua prima collezione.

«White è un punto di riferimento più importante per le collezioni donna» afferma **Francesca Cella direttore generale di White** «e, vista la necessità dei compratori italiani e internazionali di anticipare gli acquisti rispetto alle scadenze delle fashion week, nell'edizione di giugno inauguriamo *Only Woman* una nuova sezione interamente dedicata al womenswear. Il resto del salone seguirà la formula commerciale sperimentata con successo nelle scorse edizioni che dà alle aziende la possibilità di esporre le collezioni uomo e donna insieme nello stesso spazio. Una scelta strategica scaturita dalla necessità di rispondere alle esigenze di mercato».

LA TRADIZIONE IL VALORE IL BELLO

Ancora un'edizione dedicata alla cultura del fare e a quelle aziende del made in Italy che hanno fatto la storia dello stile italiano nel mondo. Dopo i sarti di Kiton, i tessuti del Lanificio F.lli Cerruti, la filiera del denim italiano a cura di Care Label e le mostre monografiche di Marsèll e Faliero Sarti **La Tradizione il Valore il Bello** nella sua edizione di giugno 2015 è dedicata interamente a **Collection Privée?**, il brand di calzature che fa capo al gruppo **Robiz**, il solido gruppo bolognese che per quattro generazioni è stato ed è uno dei più attivi laboratori di tendenze moda. Fondato nel 1988 da **Massimo Bizzi**, che lo scorso febbraio ha varato una linea ready to wear donna, **Collection Privée?** presenta una carrellata dei suoi modelli iconici che rendono unico e raro l'archivio dell'azienda; cominciando dalla scarpa destrutturata, trattata, lavata e tinta in capo che ha segnato una svolta nello stile contemporary dalla fine degli anni Ottanta a oggi.

TIME AWARD

All progetto di brand accelerator rivolto alle aziende contemporary italiane e internazionali porta a compimento il suo primo step: la finale che premia il marchio votato dai buyer, con quattro trunk show in altrettante boutique haut de gamme. L'iniziativa messa a punto con il patrocinio del **Comune di Milano** in tandem con **Camera Italiana Buyer Moda**, la partnership con **Lancia** e il sostegno di **Farfetch** culmina con la presentazione dei dieci finalisti, ospiti di White in un'area dedicata e la proclamazione del vincitore con l'assegnazione dei premi speciali.



ART @ WHITE

AALL YOU NEED IS WHITE - Le parole della famosa canzone dei Beatles diventano il titolo di una mostra attraverso la quale **Flavio Lucchini** esprime la sua ricerca artistica volta a togliere caducità e frivolezza all'abito femminile. Tra arte e moda, dunque, l'autore sviluppa il tema del bianco nei dipinti, nei disegni, nelle sculture, negli altorilievi e nei digital-painting su soggetti che spaziano dall'haute couture ai burqa. Resina catalizzata, gesso, colori acrilici, materiali tessili, acciaio dipinto, elaborazione pittorica di fotografie, sono gli strumenti da piegare in drappaggi, volants, texture, volute, forme geometriche o tracce di donna da scoprire nei volti incompiuti o nelle folle di figure velate in cui il colore è solo un dettaglio superfluo.

WHITE & FOOD

Coerente con il frame di **Expo 2015**, 'Nutrire il pianeta, energia per la vita', White Man and Woman diventa anche occasione di incontro sul tema food. Alle sue tre postazioni **Pastaio, Orto e Cantina** a disposizione degli espositori e degli ospiti, si aggiungono le isole gastronomiche di **Langosteria**, il noto ristorante di via Savona che ha recentemente inaugurato, nel garden di via Tortona 27, un temporary **Fish Bar** articolato tra **Fish Kitchen, Oyster & Raw Fish, Lobster Crab & Salad** e un **Oyster Bar** animato da virtuosi mixologist.

« *Tutti i nostri progetti* » spiega **Massimiliano Bizzi, fondatore di White** « *sono mirati sia alla crescita del salone che all'affermazione del Tortona Fashion District. Una tra le più vivaci realtà territoriali della città, grazie alla sua posizione centrale e al prestigio delle aziende che vi hanno ubicato la loro sede commerciale e non solo, per i player internazionali rappresenta il centro propulsore del business e anche la fucina delle tendenze e della cultura contemporary. Con l'accordo siglato a Roma per l'affiliazione tra White Club e CNA Federmoda, il nostro obiettivo mira a rafforzare l'identità di Tortona Fashion District. Perché White è il salone delle tendenze-moda e della ricerca. Una caratteristica saliente e indiscutibile che ci ha portati a varare progetti sempre nuovi. Come Time, nato in tandem con Camera Buyer: il più recente esempio di crescita, ma anche di coerenza con la nostra storia e il nostro DNA. Oggi, con il successo del format Man and Woman consacrato dai numeri, White compie un ulteriore passo in avanti per riaffermare l'importante valenza di Milano dove i buyer concentrano gli acquisti delle pre-collezioni donna in concomitanza con le fashion week uomo di giugno e gennaio* ».

WHITE[®]
MILANO



SPECIAL THANKS TO:

OMAR MACCHIAVELLI
Photo Aura Agency

CANTINE CECI

MEDIA PARTNERS:

ARTS SUTORIA
BARK MAGAZINE
BRANDS MAGAZINE
CHI E' CHI
FASHION
FASHION ILLUSTRATED
HIGHSNOBIETY
MFF
MODA PELLE
PAMBIANCO
SPORTSWEAR INTERNATIONAL
SHOWDETAILS
VOGUE ACCESSORY
WU MAGAZINE

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
raffaella.imo@whitepress.it
press@whiteshow.it