

## WHITE Febbraio

28 Febbraio, 1 - 2 Marzo 2015

Una rassegna internazionale patrocinata dal **Comune di Milano**, esprime il suo brand-mix maturo ed eterogeneo in tre location indipendenti, ma unite dallo stesso fil rouge: la ricerca di abiti, accessori, occhiali, gioielli e profumi selezionati per andare incontro alle esigenze dei retailer.

Con i suoi quasi **500 espositori**, il salone leader per la moda donna in Italia, torna protagonista nel Tortona Fashion District durante la settimana milanese del prêt à porter, articolando il mix-appeal per l'autunno-inverno 2015/16 nelle aree di **Tortona 27**, **Tortona 54** e **Tortona 35**.

### TORTONA 27

**Guest designer** dell'edizione di White Febbraio è **Piccione.Piccione**, la giovane maison che fa capo a **Salvatore Piccione**, vincitore del concorso Who is on next? 2014 di Altaroma, che debutta in Tortona 27 nell'area dedicata al nuovo prêt à porter italiano. La sua collezione a-i 2015/16 è una mirabile prova di creatività e valore stilistico espresso in quattro items: il rosso e il nero della coccinella, la silhouette irregolare del papavero, il camouflage vegetale e l'esotismo del paisley.

White di febbraio è anche l'occasione per il lancio della nuova collezione di abbigliamento **Collection Privée? RTW** che punta su un nuovo concetto di maglieria per la sua rentrée, dopo sei anni di assenza dalla scena pap. Un'escalation di successi, cominciata con gli accessori, che **Massimo Bizzi**, fondatore e designer del brand estende a un total look déagagé e raffinato che punta, come per le borse e per le scarpe, all'originalità degli abbinamenti tra materiali inusuali. Il marchio bolognese che fa capo al **gruppo Robiz** rafforza, così, la sua presenza in Italia e nei maggiori mercati internazionali, scendendo in campo con una collezione femminile creata in collaborazione con **Manuela Arcari**, la regina del minimalismo italiano.

Il legame tra White e Londra, l'humus nel quale i trend nascono e si moltiplicano, è sempre più forte; lo dimostra la collaborazione, ormai consolidata, con gli showroom **Six London** e **Vald Agency** che hanno selezionato, per il salone milanese, i migliori marchi di tendenza come **Opening Ceremony Footwear**, **Markus Lupfer Footwear**, **Toga Pulla Footwear**, **Preen By Thornton Bregazzi**, **Thakoon Addition**, **Swear London** e **Henrik Vibskov** nel basement di White.

E', invece, disegnata da una stilista giapponese la tranche di proposte con etichetta **Champion**, il marchio che ha scelto ancora una volta la vetrina di White per presentare la nuova stagione. Sotto il segno della continuità anche **AD Ann Demeulemeester** ancora una volta nel Basement di Tortona 27 con le sue calzature avant-garde e **Coliac**, il fenomeno contemporary-style siglato da **Martina Grasselli**, che proprio a White, nel 2010, ha trovato la sua rampa di lancio.



## TORTONA 35

Vigore creativo e effervescente contagio di idee e tendenze. L'ultima nata tra le location di White, ospita **DouuoD**, tra le collezioni più attese in Tortona 35, con il suo total look contemporary arricchito da ecofurs dai colori accesi. Nella stessa area è allestita **White Glasses**, la sezione dedicata agli occhiali di ricerca che presenta una selezione di nove marchi top del settore, come **Am Eyewear, David Marc, //Delirious, Maki Sunglasses, Saturnino Eyewear, See Concept, Slave To Ancestors** e **Spektre**.

Ritorna, per la seconda stagione consecutiva e con 18 brand **White Bijoux** inaugurata lo scorso settembre, sempre più proiettata alle news che meglio rappresentano il mondo contemporary della gioielleria, come **Alba Casares, Alienina, Cecilia Rosati, Comediluce, Ellen Conde, Giulia Barela Jewelry, Giulia Boccafogli, Isabelle Leloup Jewelry, Lamprini Chantziara, Maya Magal London, Nach Bijoux, Pepper Chocolate, Roeandroe, Settanta 70 Bijoux, Stefano Salvetti, Toi et Moi, Uli Rapp** e **Vittorio Ceccoli**. I brand sono selezionati da White in collaborazione con Birik Boutique, la piattaforma on line di gioielli e accessori dei migliori designer italiani e stranieri. A far da cornice nove intensi ritratti femminili dell'artista **Manuela Masciadri**.

E c'è molta attesa anche per il debutto a White-Tortona 35 di **Anna K, Anton Belinskiy, Dmdv, Ksenia Schnaider** e **Omelya**, cinque giovani stilisti ucraini che proprio nella location Tortona 35 espongono una selezione delle loro ultime proposte, frutto di una creatività che va oltre ogni barriera geografica, politica e culturale.

## TORTONA 54

La sezione **White Beauty** schiera, da un lato, i must che l'hanno accompagnata fin dal suo esordio come **Meo Fuscini, Histoires De Parfums, Teatro Fragranze Uniche, Naomi Goodsir Parfums** e, per la prima volta, ospita **Tesori del Campo** con le sue creme eco-etiche fatte artigianalmente in un convento alle porte di Roma.

Nella stessa location si accendono i riflettori su **Inside White**, la sezione open space più giovane ed effervescente del salone, animata da 21 nuove realtà imprenditoriali di ricerca come **Alessandro Lastella**, autore di un total look di ricerca per uomo e donna; **Jimi Roos** con le sue felpe ricamate e **Ssheena**, della designer **Sabrina Mandelli**, che vanta esperienze negli uffici stile di importanti griffe. Nel pomeriggio di domenica 1° marzo i giovani Inside diventeranno protagonisti della finale di **Inside White Award**, il premio che White assegna alla migliore collezione presentata nell'area. Per l'edizione alle porte è stata chiamata, come unica giurata, la giornalista di Vanity Fair **Cristina Manfredi**, una delle più attente e preparate professioniste dell'informazione fashion, orientata alle tendenze, ai brand di ricerca e ai giovani designer.

**Alogon, Dego Rupin, G&A Korea, Noir Larmes, The Author** e **Wnderkammer** sono, invece, i sei marchi coreani di maggior tendenza che espongono a White abbigliamento, borse e gioielli tra i più interessanti per il panorama retail, perché rappresentano le punte più estreme della moda di ricerca, sotto l'egida di IFP Show Room.



## WOW

White non è solo moda tout-court, ma anche comunicazione, la più immediata passkey di un progetto-moda globale e integrato che guarda avanti.

In questa direzione va letto il carattere dell'area **WOW**, acronimo di **White On Web**, per questa edizione curata da **Red Milk**, la rivista on line tra le più accreditate nel settore della moda di ricerca, fondata da **Fabiola Di Virgilio**, insieme alla neonata **Lampoon**, la testata diretta da **Carlo Mazzoni**. In Tortona 27 White allestisce uno studio per riprese video, interviste e servizi fotografici. Special project di Wow è **Italian Contemporary Designers**, la vetrina della moda contemporanea che meglio rappresenta i trend nelle boutique più blasonate del mondo che ospiterà 4 designer italiani tra cui **Comeforbreakfast** per l'abbigliamento, **Coliac Martina Grasselli** per le calzature, **Hapter** per gli occhiali, **Officina De Poggio** per le borse. Il progetto è frutto della collaborazione tra White e le testate Red Milk e Lampoon ed è stato concepito per promuovere le eccellenze attraverso i principali canali web e i suoi influencer, ma anche con iniziative di White mirate all'estero. Eccellenze che hanno dalla loro il plus di essere nati con White e che, per questo, rappresentano il successo della moda contemporary nel fashion system.

*«La nostra mission è la ricerca, non soltanto di marchi contemporary, ma anche di mezzi di comunicazione unconventional»* spiega **Francesca Cella**, direttore generale di White *«perché siamo attenti a quel che succede intorno a noi, a quel tessuto culturale soggetto a cambiamenti radicali che muta repentinamente faccia e modi e che obbliga a captare con altrettanta rapidità chi sono, come si muovono e quale direzione prendono i gruppi che proprio nella comunicazione web lavorano e si impongono»*.

Per il secondo anno prosegue la collaborazione di White con Lancia.

Lancia Ypsilon è sponsor e auto ufficiale di White, la rassegna della moda contemporary di Milano che dal 28 febbraio al 2 marzo 2015 sarà protagonista della fashion week in via Tortona, uno dei quartieri più dinamici della città. Un binomio perfetto quello tra la "fashion city car" di Lancia e White. Da una parte un'auto dal carattere unico e dallo stile personale, di un'eleganza sempre contemporanea, versatile, creativa, capace di distinguersi senza ostentare, tra le auto preferite dalle donne. Dall'altra, un salone in continua evoluzione, che si distingue per la qualità, l'attenzione ai nuovi linguaggi, dove avvengono le sperimentazioni più ardite per la moda donna. Da anni vicino al mondo della moda e voce di nuovi talenti artistici con la piattaforma LanciaTrendvisions, il marchio rafforza ancora di più il suo legame con il fashion e, per l'occasione, esporrà un esemplare unico di Lancia Ypsilon, il modello che quest'anno celebra trent'anni di vita, confermandosi così sinonimo di eleganza e stile, oltre che promotore di progetti di comunicazione unconventional e innovativi.



«La collaborazione nata in questi anni e l'attenzione con cui l'Amministrazione segue l'evoluzione e lo sviluppo di White testimonia la nostra vicinanza ai protagonisti di questa manifestazione, piccole e medie imprese, che rappresentano un tratto distintivo del Made in Italy nel mondo». Così l'assessore alla Moda e Design del Comune **Cristina Tajani** che prosegue: «I quasi 500 brand presenti a White ci indicano che Milano è il miglior luogo dove presentare a buyer e stampa internazionale il proprio modo di intendere il gusto e lo stile».

«La moda è una realtà importantissima per l'economia italiana ed è anche uno dei settori che riesce ad attirare il maggior numero di visitatori esteri nel nostro Paese» dichiara **Brenda Bellei**, amministratore delegato di M.seventy, il gruppo che gestisce la macchina organizzativa di White. «Noi stiamo lavorando proprio in questa direzione: portare a Milano molti più compratori, soprattutto americani; forti di un cambio dollaro-euro oggi favorevole stiamo, infatti, investendo ancora di più nella promozione all'estero».

«Il Tortona Fashion District, che ci vede protagonisti durante la settimana della moda milanese» aggiunge **Massimiliano Bizzi**, fondatore di White, «rappresenta una delle massime attrattive per i visitatori italiani e stranieri. Il nostro obiettivo, comune alle istituzioni e agli addetti ai lavori, è quello di garantire a Milano un ruolo prioritario nel fashion business internazionale. Nella consapevolezza che oggi il contemporary, un settore merceologico composto da quelle aziende medio-piccole che rappresentano la qualità e la creatività del più autentico made in Italy, ha dalla sua un potenziale di sviluppo decisamente maggiore rispetto agli anni scorsi. Perché la tendenza è il contemporary e White ne è vetrina mondiale e cuore pulsante».

#### SPECIAL THANKS:

CANTINE CECI  
FLO' FIORI  
LANCIA  
MOU  
NATURE

#### MEDIA PARTNERS:

ARS SUTORIA  
BRANDS MAGAZINE  
BRAND JAM  
CHI È CHI  
FASHION ILLUSTRATED  
FASHION  
MFF  
MODA PELLE  
PAMBIANCO  
SHOWDETAILS  
SPORTSWEAR INTERNATIONAL  
VOGUE ACCESSORY  
WU MAGAZINE

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