

WHITE MILANO PUNTA SU SOSTENIBILITÀ E NUOVI PERCORSI BUYER ORIENTED. FORMAT INNOVATIVI PER STIMOLARE IL RETAIL E DIALOGARE CON I CONSUM-ATTORI DI OGGI. IMPORTANTI RIENTRI DI AZIENDE ITALIANE E INTERNAZIONALI CONFERMANO IL RUOLO DI WHITE E DI MILANO COME PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA MODA DONNA

WHITE lancia il progetto GIVE A FOK-us, un hub sostenibile per focalizzare l'attenzione su ecologia, innovazione ed economia circolare. Debutteranno due nuove sezioni: Knit Lab e Lounge | Sphere. Dall'Australia arriva lo Special Guest Strateas Carlucci. Rientri importanti come Clergerie Paris e Circus Hotel confermano il ruolo di Milano e del salone come appuntamenti irrinunciabili per il fashion system internazionale.

Grande attenzione alla **sostenibilità, focus sulla ricerca e sullo scouting internazionale** con un **brand mix** sempre più mirato, capace di **rinnovare l'offerta dei negozi e parlare alle nuove generazioni di consumatori**: questi gli asset per **WHITE Milano**, salone **patrocinato dal Comune di Milano** che, dal **22 al 25 febbraio 2019**, espone **514 brand, di cui 342 italiani e 172 esteri** nelle **quattro location di Tortona 27 | Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel Nhow e Tortona 54 | Ex Ansaldo BASE**. Proprio per soddisfare le esigenze di un pubblico di addetti ai lavori, insider e trend searcher a perenne caccia di novità, WHITE ha ideato **nuovi format espositivi, con percorsi di prodotto mirati e alcune progettualità innovative che partono dal digital** per lavorare e crescere insieme ai retailer e ai brand, che puntano su una Milano sempre più internazionale e ricca di proposte. Tra le novità di questa edizione: l'hub sostenibile **"GIVE A FOK-us | Focus on the Unfocused"**, realizzato **in partnership con Confartigianato Imprese**. Un'esperienza nel mondo della sostenibilità che si colloca nella cornice del più ampio progetto di valorizzazione di WHITE, **supportato da MISE e ICE Agenzia**, con il sostegno della **Camera Italiana Buyer Moda - The Best Shops**. L'hub sostenibile **si avvale della direzione creativa di Matteo Ward**, co-founder di WRÅD, brand che ha avuto il suo trampolino di lancio proprio al salone, ed è stato anche premiato al Green Carpet Award di Camera Nazionale della Moda Italiana. GIVE A FOK-us esplora il rapporto fra Moda e Natura e tra Moda e Società, attraverso una dimensione emozionale e interattiva, dove il visitatore mette a fuoco ciò che è ancora unfocused, nell'ambito della sostenibilità, dell'innovazione, della tracciabilità del prodotto e dell'economia circolare.

*«WHITE ha nel suo Dna la vocazione alla sperimentazione, ed è capace di anticipare e cogliere i cambiamenti del fashion system - commenta **Massimiliano Bizzi, founder di WHITE** - Per questo abbiamo pensato a un progetto innovativo come quello sulla moda sostenibile, che rappresenta anche un'importantissima possibilità di dialogo con le nuove generazioni di consumatori, sempre più attente alla tracciabilità del prodotto moda. È anche un'opportunità rivolta ai buyer, che possono rinnovare in maniera consapevole l'offerta degli store. In questo scenario è sostanziale il ruolo di WHITE - e di Milano - che diventano, così, le piattaforme di riferimento per realtà italiane e internazionali per farsi conoscere e crescere a livello globale, proponendo una valida alternativa ai marchi più noti. Inoltre, è fondamentale dare ai nostri brand un valore aggiunto e per questo stiamo lavorando a progetti differenti, come le proposte di visibilità e di business, che utilizzano i canali digital più innovativi e che coinvolgono sempre di più la città di Milano e l'audience internazionale durante la fashion week».*

«Viviamo in un momento di rivoluzione del sistema moda, dove dobbiamo correre per riallineare il focus delle nostre attività con le necessità reali di un pianeta esausto, di una società sfruttata e di persone individuali - spiega **Matteo Ward, co-founder di WRAD** e direttore artistico di Give a FOK-us - "Noi" sempre più stuffocated con situazioni che non sono reale riflesso della nostra identità. GIVE A FOK-us propone, quindi, un percorso emozionale e razionale di esplorazione e riscoperta, sviluppato con i nostri partner di DrawLight e Senso Immersive, per chiamare tutti all'azione e mettere a fuoco temi e realtà nel campo dell'innovazione sostenibile, dell'economia circolare, della tracciabilità e della blockchain technology, funzionali a garantire al sistema moda Italia e al mondo del retail, rilevanza a livello globale. E siamo felici che siano gli italiani stessi a chiedercelo oggi, come si evince da recenti sondaggi. I dati hanno evidenziato che, mentre l'82% della popolazione si aspetta che i marchi siano trasparenti nei confronti della propria filiera e del relativo impatto ambientale e/o sociale, solo due italiani su dieci (22%) ritengono che l'industria della moda informi adeguatamente i consumatori in merito all'effetto produttivo sull'ambiente e sulla popolazione».

In Tortona 27 | Superstudio Più debutta l'area **Knit Lab**, dedicata al mondo della maglieria e delle sue declinazioni creative. Presenza speciale dello spazio è il knitwear d'avanguardia del brand **i-am-chen**, fondato a Honk Kong dalla designer ZHI Chen nel 2017: una realtà giovane che ha già raccolto importanti successi, come la finale dell'International Woolmark Prize 2018/19. Ad arricchire ulteriormente la sezione, ci sarà l'installazione di **Paris Essex**, in cui il knitwear supera i confini dell'estetica e delle lavorazioni tradizionali, per diventare la materia prima di modelli ad alto tasso creativo.

Altra importante novità è la **Lounge | Sphere**, area che interpreta una delle nuove tendenze del mercato internazionale: l'**homewear**. Uno spazio espositivo inedito, dove i buyer e i visitatori possono scoprire **collezioni loungewear e lingerie, unite a una proposta Beauty**, nel relax di una vera lounge. Tra gli asset di questo hub si segnala **Fantabody**, fondato nel 2015 da Carolina Amoretti, fotografa di moda con base a Milano, con le sue creazioni che vantano l'alta qualità made in Italy in un mix eclettico di athleisure, lingerie, nightwear e beachwear. E ancora, **Marieyat**, brand di lingerie, loungewear e swimwear fondato da Maria Yat Wei Yeung, fashion designer nata a Honk Kong e oggi basata a Londra. Solo per citarne alcuni.

«Proporre due nuove sezioni, una dedicata alla maglieria creativa e una all'homewear, conferma la vocazione di WHITE a indagare, esplorare non solo nuovi potenziali mercati e opportunità di business per gli operatori ma, soprattutto, individuare nuovi linguaggi e declinazioni del mondo fashion, grazie allo stile e alla creatività dei designer che qui trovano l'occasione migliore per presentare le proprie collezioni ai principali buyer internazionali - Così l'**Assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività Produttive, Moda e Design Cristina Tajani**, che prosegue - La capacità di proporre format e aree tematiche ogni volta differenti, come accaduto con White Street Market in occasione dell'ultima edizione della Milan Fashion Week uomo, fa di WHITE il salone più attento alla ricerca e all'innovazione. Per questo motivo, anno dopo anno, confermiamo la vicinanza dell'Amministrazione a un progetto come WHITE, che sa anticipare stili ed elaborare nuove culture».

Grazie alle importanti sinergie istituzionali del sistema moda, Milano si conferma **la vetrina ideale per un'audience globale attenta al nuovo**. Per questo WHITE, che dalla sua nascita ha scommesso su uno scouting di qualità oggi diventato imprescindibile, **ha portato al salone - per la prima volta - Strateas Carlucci come Special Guest**: grazie alla sua identità stilistica molto forte, che riesce a fondere elementi opposti, come sportswear e tailoring, in un gioco gender fluid ricco di sperimentazioni. Il brand australiano,

che prende il nome dai suoi fondatori **Peter Strateas e Mario-Luca Carlucci**, si è già distinto all'estero con premi come il National Designer Award, presentato da Tiffany & Co al Virgin Australian Melbourne Fashion Festival nel 2014 e anche dall'International Woolmark Prize. Il marchio espone in anteprima la sua collezione all'interno di una sala speciale in Tortona 27 | Superstudio Più.

Commentano i due designer: «Siamo felici ed entusiasti che il nostro brand sia stato nominato come *Special Guest* di WHITE. È una grande opportunità poter presentare la nostra collezione a un pubblico così ampio e stiamo lavorando per creare qualcosa di speciale. Scegliendo un marchio australiano, WHITE testimonia la portata internazionale del suo impegno, offrendo a Milano una realtà nuova che proviene dall'altra parte del globo».

WHITE è, inoltre, **sinonimo di qualità Made in Italy**, rappresentando le migliori aziende italiane che propagano un **concetto contemporaneo di artigianalità e saper fare, sviluppato in collaborazione con Confartigianato Imprese**. In quest'ottica prosegue **WHITE Studio al Tortona 54 | Ex Ansaldo BASE**, che presenta la generazione di **new makers**, i giovani stilisti emergenti che fondono il savoir faire al design innovativo. Questi designer vengono abbinati a top retailer italiani, che ne diventano ambassador per farli conoscere ai loro clienti, tramite gli store off e on line. Da diversi anni la collaborazione con la Camera Italiana Buyer Moda – The Best Shops diventa, inoltre, un fattore essenziale per promuovere queste realtà straordinarie e a volte poco conosciute, su canali diversi, per creare un cortocircuito virtuoso tra creatività, produzione e distribuzione.

«La nostra partecipazione a WHITE - sottolinea **Giuseppe Mazzarella, Delegato all'Internazionalizzazione di Confartigianato Imprese** - intende mostrare che l'artigianato è tutt'altro che un retaggio del passato. Al contrario, i nostri artigiani della moda custodiscono i preziosi segreti della tradizione manifatturiera made in Italy e, al tempo stesso, sono fortemente innovativi e sfruttano le tecnologie digitali, per cavalcare le nuove tendenze dei mercati internazionali. Un mix che sarà sintetizzato nel nuovo progetto Daily Loose, con il protagonismo dei talenti artigiani, pionieri della creatività sartoriale del futuro».

Nel segno della sinergia si sviluppa ulteriormente **Showroom Connection**, il progetto nato per collegare e promuovere all'interno del salone le aziende con le rispettive showroom. Da sempre WHITE vuole essere un punto nevralgico di congiunzione tra marchi e showroom, offrendo servizi mirati di marketing, di immagine e comunicazione off e on line, tre chiavi di lettura moderna nell'intendere un trade show che diventa un vero e proprio "talent network". Il format, quindi, si rinnova e diventa ancora più strategico, con marchi come **TPN e Ainea di Elisa Gaito Showroom; Liviana Conti e Circus Hotel della Showroom Abraham Industries; Free People di Aretè Showroom;** e ancora **Racine Carrée** con la sua showroom direzionale, **CT Plage e WP Lavori in corso**, che saranno protagonisti di un innovativo concept espositivo. In linea con la volontà di collegare la manifestazione e le showroom di rilievo del fashion system.

A valorizzare oltremodo questo network retail/comunicazione di WHITE continua la **collaborazione con Vogue Italia con il progetto #Shareable**, inaugurato all'edizione di settembre 2018: la formula di comunicazione potenziata attraverso il salone, con la direzione creativa della special Content Creation Unit di Condé Nast. Tramite #Shareable, WHITE offre a un **selezionato numero di marchi** l'opportunità di usufruire di un modo inedito e innovativo di comunicare, rispondendo all'esigenza dei brand di ottenere **un'alta visibilità online**, tramite contenuti foto e video fortemente appealing e offline, in salone, grazie alla cura creativa dello spazio espositivo, secondo le ultime tendenze visual.

WHITE, inoltre, porta al salone alcune showroom, annoverate tra le più interessanti realtà internazionali, come **Six London** che punta su nomi già affermati del suo palmarès quali **Toga Pulla**, **Dorateymur**, **Martine Rose**, **Nicole Saldaña**, **Rombaut** e altri del calibro di **Osman** e **Joshua Sanders**. Anche **Schroroom**, showroom londinese, è presente nel Tortona Fashion District con alcuni dei designer più interessanti della sua scuderia, come **Clio Peppiatt**, **Kalissi** e l'israeliano **Shahar Avnet**. Grazie a questi nuovi inserimenti i buyer più attenti allo scouting troveranno nel **Basement**, oltre alla già ben note avanguardie estetiche che da sempre lo caratterizzano, nuove e significative influenze creative. È proprio questa sezione ospita in una **Special Area** alcuni tra i nomi di punta dell'Estonia, come **August**, **Guild**, **Kristel Kuslapuu**, **Liisa Soolepp** e **Triinu Pungits**, che fanno capo a **Fashionavant Showroom**. Degna di nota anche la presenza di realtà straordinarie come la londinese Clio Peppiatt, ad oggi una delle label con più attrattive nel panorama fashion esordiente che, con le sue creazioni sostenibili caratterizzate da ricami realizzati a mano e intrise di femminilità contemporanea, celebra l'artigianalità, appresa anche grazie alla formazione presso Alexander McQueen e Matthew Williamson.

Uno degli asset che, da sempre, contraddistinguono WHITE sono le **Special Area**. Si distinguono per il particolare impatto espositivo, ideato in esclusiva per esaltare i marchi in mostra come **Parcoats Florence**, brand di outerwear prodotto da Giovanni Allegri e con la direzione creativa di Simone Guidarelli e di Masha Brigatti, nato con l'idea di creare una crasi stilistica fra parka e cappotto. C'è anche **House of Mua Mua** che, partendo dalle bamboline all'uncinetto che hanno conquistato anche Karl Lagerfeld, è diventato un vero e proprio brand che spazia dalla maglieria al denim, dalle gonne alle borse e agli accessori. **OOF** porta in scena un'esplosione di energia, data dagli arrangiamenti di colori e tessuti; **Attic and Barn** racconta, invece, una storia fatta contaminazioni globali e di dialoghi interculturali.

*«Il tema della sostenibilità - specifica **Brenda Bellei**, **Ceo di M.Seventy** - è nel Dna di WHITE che, per primo, nel 2006 ha cominciato a trattare concretamente questa realtà di fondamentale importanza e tutt'ora prosegue il percorso di scouting con interlocutori di altissimo profilo internazionale. Soprattutto i buyer worldwide, che sono ospitati a WHITE grazie al supporto costante che il Ministero dello Sviluppo Economico, ICE-Agenzia e Confartigianato Imprese ci garantiscono, sapranno apprezzare l'importanza dell'eccellenza e della sostenibilità dei marchi selezionati».*

HIGHLIGHTS DI WHITE MILANO

T27 OVERVIEW

Fulcro di WHITE e del Tortona Fashion District è Tortona 27|Superstudio Più, un crocevia di creatività, di ricerca e di avanguardia stilistica. Tra le novità del salone c'è il rientro di **Circus Hotel**, brand già apprezzato da numerose testate internazionali. Nato dalla fantasia di Gaia Zattini nel 2012 come capsule di maglieria, oggi Circus Hotel è uno dei marchi più interessanti del fashion system worldwide. Altra presenza rilevante è **Ainea**. Il marchio, che fa capo al Lanificio Becagli, espone le sue collezioni improntate su una dinamicità produttiva, sintonizzata con le esigenze del consumatore contemporaneo. Eleganza femminile e cura del dettaglio sono le keyword per comprendere **Liviana Conti**. Alla manifestazione la label porta in primo piano una collezione dall'allure rétro che reinterpreta lo stile Seventies, con nuance vivaci e luminose. **Valigi** dal cuore dell'Umbria, mette

in mostra al trade show la sua estetica made in Italy, tutta ispirata alla naturalezza, con materie prime organiche e un design che va all'essenza della forma. Tra gli highlights di Six London a WHITE, spiccano **Osman** e **Joshua Sanders**. Il primo nasce dalla fantasia di Osman Yousefzada, che ha sviluppato un approccio intellettuale al design, con una cross fertilization che incrocia altre discipline creative. Joshua Sanders, dietro cui si nasconde il talento creativo di Vittorio Cordella, mescola lo street style newyorkese con la craftsmanship italiana per un marchio di scarpe che è diventato un vero e proprio oggetto di culto globale. Silhouette parigina e lavorazioni dell'era digitale s'incontrano in **Sprung Paris 1931**, blasonato marchio francese di pellicceria che a WHITE porta le sue creazioni multicolor. Indipendente ed elegante ogni ideazione calzaturiera di **Clergerie Paris** fonde un approccio anticonvenzionale alla fantasia a materiali innovativi, per un risultato di perfetta femminilità. Al brand fa capo un network di 15 boutique indipendenti in Francia, Londra, Stati Uniti, Madrid e Ginevra ed è presente nei più grandi luxury retailer e concept store del mondo. Dal distretto toscano si dipana la storia di alta pelletteria di **Falorni Italia Le Borse**, che al Salone porta il suo expertise fatto di intrecci preziosi. Sempre nel solco dell'artigianalità made in Italy s'incontrano due prim'attori come **Ermanno Gallamini** e **Ibrigu**, in una Special Area. La donna Gallamini del prossimo inverno si vestirà con mantelle stampate e ricamate; con cappotti realizzati con filati pregiati, come baby alpaca, baby lama, baby cammello e lane merinos. Sarà anche presente una serie limitata di capi realizzati con una selezione di tessuti esclusivi, presi dall'archivio storico di Angelo Gallamini, stilista e creatore del brand. Il progetto Ibrigu ruota attorno a tre punti cardine: conduzione familiare, passione sartoriale e made in Italy. Completamente al di là dei canali industrializzati della moda, il marchio pone l'accento su una produzione affidata esclusivamente ad artigiani sapienti che disegnano, tagliano, cuciono, ricamano, dando vita a capi realizzati con cura ed attenzione. Altro atout tutto italiano è **Xacus**, brand di alta camiceria che da Vicenza esporta il suo "saper fare" in tutto il mondo.

KNIT LAB

Un filo - di lana - porta buyer e insider al primo piano del Superstudio Più. Qui si incontra il **Knit Lab**, una factory di nuova concezione che riunisce le espressioni in maglia più creative sul mercato. È uno spazio dal layout identificativo, studiato per racchiudere un'accurata selezione di marchi internazionali di knitwear. Qui spicca il design avanguardista e colorful del già citato **i-am-chen**, la cui presenza di rilievo regala alla location uno sguardo orientato al futuro. Convergono anche l'estetica timeless del francese **Vitos 1925**; le ibridazioni futuriste in maglia dell'italianissimo **Mario Caruana**; l'iper-femminilità indipendente di **Maevy Concept**. Ulteriore assist del Knit Lab è la presenza di **Paris Essex**. Già dal nome s'intuisce la duplice provenienza delle designer Carolyn Clewer e Tiphaine de Lussy, che a WHITE portano un'installazione ad alto tasso di creatività, dove estetica e lavorazioni tradizionali travalicano i confini della semplice espressione di maglieria. Un colpo d'occhio anche sugli esprit creativi di **NotShy**, label parigina già nota per l'elevata qualità estetica. A caratterizzare l'inverno 2019 i grandi classici della maglieria: bon ton e tricot, con accenti d'ispirazione maschile e la costa larga ispirata al vintage tricot. La top model Malgosia Bela è il volto in esclusiva di questo marchio, che oggi conta un network di circa 30 monomarca - con altre aperture all'orizzonte - e che propone una cartella colori cashmere di ben 30 nuance. **Karin Rocke**, che annovera collaborazioni importanti con Tom Ford e Stefano Pilati, porta a WHITE la sua visione di maglieria sofisticata e dal design ultra clean. La produzione del brand riunisce il meglio del distretto italiano e tedesco. Invece **Aldomartins**, dalla Spagna, porta alla manifestazione la sua maglieria dal sapore cosmopolita.

LOUNGE | SPHERE

Nella **Lounge | Sphere**, area al debutto nel Tortona Fashion District, WHITE esplora il segmento dell'homewear, un settore di particolare interesse nel panorama internazionale. È un concept espositivo di ultima generazione, dove si concentrano le più innovative espressioni del loungewear, della lingerie high level e anche un focus sul beauty. Tra i brand in primo piano c'è **Fantabody**. Alla sua ideatrice - la fotografa di moda Carolina Amoretti - va il merito di aver mescolato athleisure, lingerie e beachwear in maniera eclettica e innovativa. Anche **Marieyat**, espressione di quel cross over che fonde lingerie e loungewear, esprime a WHITE la sua personalità fatta di design moderno, materiali naturali e fit senza cuciture. Tutta francese, anzi marsigliese, la lingerie tratteggiata da **La Nouvelle**, con raffinatezza e naturalità. Alix de Moussac, la designer, rivela un'essenza con accenti rock, che sfuma nell'evanescenza. **Carami**, che a dispetto del nome è un marchio italianissimo, riunisce nelle sue collezioni la raffinatezza della lingerie e la dinamicità dell'activewear. L'underwear diventa, quindi, così particolare da trasformarsi in outerwear. **Mirror in the Sky** parte da Barcellona per ridefinire il concetto di cashmere, mescolando l'amore per l'Himalaya alle migliori fibre di questo pregiatissimo filato, artigianato tradizionale e design contemporaneo sono gli accordi fondamentali di ogni creazione. Tra gli highlight del beauty spiccano le essenze di **Calé Fragranze d'Autore**, collezione di racconti olfattivi immaginati dal creatore Silvio Levi. **Danhera Italy** racconta una storia fatta di armonia tra fragranza e tecnologia, tra qualità e quotidianità. **Histoires de Parfums** è una biblioteca olfattiva, che racconta storie di personaggi, di materie prime sofisticate, di ispirazione pura di Gérald Ghislain, il maestro creatore del brand.

INSIDE WHITE

Una delle aree più interessanti del Salone è Inside WHITE, sezione ideata per favorire il dialogo tra i nuovi talenti del fashion system e i buyer internazionali. A brillare di luce propria stavolta è la creatività di marchi come **A-Jane** e **Price On Request**. Alice Jane ha ideato il marchio eponimo nel 2016, come una sperimentazione di colori, linee, forme, trame e proporzioni, che sono costruite insieme per il giusto impatto visivo. Invece Price On Request è un collettivo fondato da Gala Marija Vrbanic in Croazia nel 2016. Il brand unisce il fashion design alla creazione consapevole, realizzando collezioni focalizzate sulla funzionalità e orientate alla sensibilizzazione di un consumo sostenibile. **Sveta**, label fondata nel 2014, offre una moderna interpretazione della femminilità, sottolineata da silhouette confortevoli, contaminate da elementi neo grunge e accenti romantici. Questi sono solo alcuni dei talenti tutti da scoprire, che brillano in quest'area. L'assegnazione dell'**Inside White Award** avverrà domenica 24/02, quest'anno a premiare sarà **Cesare Tadolini**, titolare della boutique L'Incontro di Modena.

T54 - STUDIO

Di fronte a Superstudio Più, una location ormai consolidata nel percorso espositivo di WHITE. **Tortona 54 | Ex Ansaldo - BASE è l'hub di riferimento** che accoglie marchi del calibro di **Paloma Barceló** che, dal sud della Spagna, riverbera in tutta Europa, e oltre, le sue calzature dal carattere elegante e stravagante al contempo. **United Nude** introduce un concetto di strutture futuristiche per le sue scarpe dal forte impatto emotivo. Nonostante il nome, **American Vintage** è assolutamente francese, nelle origini del brand e nel modo di interpretare la moda femminile. A WHITE il marchio porta la sua estetica clean dal sapore rétro, anche **Free People** - protagonista di una sala speciale - è caratterizzato da una vena romantica e bohémien. Nell'inconfondibile design set da hôtellerie di CASA BASE va in scena una nuova edizione di WHITE Studio, focalizzata sulle proposte dei brand più rappresentativi della nouvelle vague del ready to wear italiano, in una delle aree più buyer oriented del salone. Undici marchi di abbigliamento e accessori sono abbinati ad altrettante boutique italiane, per incontri B2B tra chi crea e chi vende. Ma è anche l'occasione per ribadire l'impegno dei più importanti compratori italiani a

sostenere e a promuovere la moda indipendente e i loro protagonisti. Ecco i link di questa edizione: Biffi Boutiques, Milano, con **Beltepa**; Claudio Betti - Spinnaker di Alassio e San Remo - collegato a **Caterina Moro Roma**; Gianni Peroni, G&B Flero e Lagrange 12, Torino, con **Sel D'**; Giacomo Vannuccini, titolare di Tricot, a Chianciano Terme, e **Sartoria 74**; Beppe Angiolini di Sugar, Arezzo, abbinato a **Lorella Greco - Alternative Artistiche**; Stella Falautano di A Piedi Nudi nel Parco, Firenze, con **Art 259 Design**; Daniela Kraler - Franz Kraler, Cortina e Dobbiaco, assieme a **Toffee Bag**; Sabina Zabberoni owner di Julian Fashion, Milano Marittima, con **Rossorame**. A concludere il network di abbinamenti ci sono Le Noir, di Treviso, con **Carmelo Morello** e Nida, di Caserta, con **Cettina Bucca**; Giorgio Dantone, Daad Dantone di Milano, con **Silvio Betterelli**.

TORTONA 31 | OPIFICIO

È la più recente tra le location di WHITE Milano, ma ha una sua fisionomia ben delineata, sia per i brand che accoglie sia per l'atmosfera, che qui si respira. Articolata in più spazi espositivi, Tortona 31 | Opificio riunisce differenti aree per differenti messaggi di moda. Anche in questo hub espositivo il supporto attivo di Confartigianato Imprese è stato basilare per sviluppare progetti estetici di alto profilo. La selezione di designer eco, on stage in Archiproducts, curata da WHITE assieme a **Cittadellarte - Fondazione Pistoletto** con il progetto sostenibile **Fashion B.E.S.T.** riunisce: **Tiziano Guardini, Bav Tailor, Flavia La Rocca, Fraenck by Ho&Mulder, Yekaterina Ivankova**. Archiproducts ospita anche marchi high level come **Matteomars Firenze**, brand eponimo dello shoemaker che ha collaborato anche con Sergio Rossi e Antonio Berardi, Elie Saab ed Emilio Pucci.

Sempre qui va in scena il secondo step della connessione tra WHITE e **Flanders DC - Flanders District of Creativity** - la piattaforma belga di supporto e promozione delle giovani imprese creative. A questa edizione s'incontrano: **Annick Van De Weghe**, che porta la cultura sudafricana nel guardaroba occidentale, con i suoi cappotti/coperta Lesotho e regala ai gioielli vintage nuova vita, nei suoi bijoux di charme. **Helder**, invece, si concentra sulla combinazione di stile contemporaneo e sostenibilità, con una collezione fatta di tessuti biologici e riciclati. **Morobé** presenta la sua linea di scarpe come fondamento per ogni outfit, con un design distintivo e una lavorazione artigianale. **Toos Franken** disegna abiti, enfatizzando i dettagli del tessuto e la qualità impeccabile, combinati a un taglio perfetto. **LN Knits** regala calore con le sue morbide maglie in alpaca, fatte a mano da artigiane peruviane. **Just in Case** esalta il romanticismo femminile, per un guardaroba con una collezione di stampe di marchi sportivi. Continua proficuamente la collaborazione tra WHITE e Archiproducts Milano, per accogliere i creativi del Salone italiano del womenswear. White 2019 veste una nuova "Archiproducts experience", con focus sulla relazione tra moda e design, due mondi fortemente connessi, che dialogano all'interno di un layout in continua evoluzione. Come primo showroom del network, Archiproducts Milano è l'hub creativo che ospita tutto l'anno presentazioni, workshop internazionali e meeting rivolti ad Architetti e Designer. Sempre grazie al supporto attivo di Confartigianato Imprese, per l'edizione di febbraio 2019, WHITE presenta il progetto **Daily Loose**: un fashion mood unico, che si declina in due differenti aree di Tortona 31 | Opificio: **Showroom 31** e **Quattrocento**, all'interno di spazi appositamente individuati perché identificativi per i buyer nazionali e internazionali e per la comunicazione dei brand selezionati. Il concept di Daily Loose focalizza l'attenzione sullo stile che predilige le linee morbide e décontracté di capi d'abbigliamento e accessori, che coniugano la ricercatezza estetica con la facilità della portabilità, risultando ideali per l'ampio ventaglio di occasioni della vita quotidiana. Un trend fortemente attuale e multi-sfaccettato, capace di unire trasversalmente le tendenze, i generi e i target, e che per questo risulta funzionale a essere sviluppato come un fil rouge all'interno di spazi diversificati. Al percorso di Tortona 31 | Opificio si aggiunge, anche per questa edizione, la showroom di **forte_forte**.

WHITE[®]

MILANO

TORTONA 35 | HOTEL NHOW

Nel design set dell'hotel Nhow vanno in scena le evoluzioni più recenti del womenswear, a questo indirizzo s'incontrano, tra gli altri, il tratto felice che il designer Guillaume Gaveriaux regala alla suo marchio **Urbahia Paris**; **La Fée Maraboutée** e **Frnch Paris**. In Tortona 35 s'incontrano anche le suggestioni preziose di **WHITE Bijoux**, area sviluppata dalla manifestazione in partnership con **Birik Butik** - portale di ricerca e agenzia di comunicazione per i brand del gioiello, con brand del calibro come **Marcela Salvador**, **Gemma Alus**, **Alice Visin** e **Noshi**. Da Berlino raggiunge il salone anche una collettiva di designer indipendenti, focalizzati sul gioiello moda. **AA Collected** porta on stage la creatività di **Gina Melosi**, **Kara Yoo**, **Mies Nobis**, **Milanova Studio** e **Type Berlin**.

Per ulteriori informazioni:
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa e P.R. WHITE
Ph +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it

Milano, 22 Febbraio 2019

SPECIAL THANKS TO BONAVERI

