

WHITE Man and Woman
16 · 17 · 18 Gennaio 2016
via Tortona 27 + via Tortona 54

LE PRE-COLLECTION DONNA E IL NUOVO SPORTSWEAR PROTAGONISTI A WHITE MAN AND WOMAN

WHITE MAN AND WOMAN, sempre più buyer oriented ritorna protagonista nel Tortona Fashion District con 231 brand, 135 dei quali sono new entry, dislocati in due location: via Tortona 27 (Superstudio) e 54 (spazio Ex Ansaldo) per un totale di 13mila metri quadrati di area espositiva.

ONLY WOMAN

Nella visione di uno sviluppo strategico e di definizione della propria identità WHITE punta sulla sezione **ONLY WOMAN** che si amplia notevolmente rispetto alla scorsa edizione, arrivando a presentare le pre-collezioni di venti brand internazionali di altrettante aziende womenswear che saranno parte integrante del brand mix siglato White ancora più ricco di proposte stilistiche per un mercato sempre più esigente. Tra i protagonisti nella sezione ONLY WOMAN c'è la collezione **MES DEMOISELLES**, marchio fondato a Parigi nel 2006 da Anita Radovanovic e **CALLENS** con le sue sofisticate collezioni di leisurewear. Da non perdere: **MAURIZIO PECORARO**, **ALMAZ** il brand di lusso edgy e sperimentale nato in Romania, **ATTIC AND BARN** e **MOMONI'**.

WHITE MAN AND WOMAN

La formula **MAN AND WOMAN** si rivela vincente per numerose aziende che riescono a ottimizzare tempi e costi presentando le loro collezioni maschili e femminili all'interno di un unico spazio. Uomo e donna, dunque, per **MAURIZIO MIRI**, designer tra i vincitori del progetto TIME AWARD che ha scelto WHITE per presentare la sua prima capsule di giacche sartoriali da donna insieme alle nuove proposte menswear. Stessa formula anche per **ANGELOSERGIO SANTONI**, **SAPOPA**, **NO HATS**, **LUPE**, **PASOTTI** con i suoi ombrelli di grande tradizione artigianale e **STIGHLORGAN** il marchio di accessori di tendenza specializzato nella creazione di borse e zaini. Nella stessa sezione saranno due i debutti: **SUNBOO** - collezione eyewear uomo e donna - e **FIDELITY SPORTSWEAR**, marchio di Boston famoso per i suoi peacoat.

WHITE SPORTSWEAR

WHITE debutta con una nuova sezione interamente dedicata allo **SPORTSWEAR** con una selezione di marchi che traggono ispirazioni dal mondo active, declinati in chiave urban per un uso quotidiano. Capi e accessori anche performanti per il tempo libero che non rinunciano a un twist fashion, come le sneaker firmate **CASBIA**, **NONCONFORMIST**, **LES GEOMETRIES** brand che unisce ricerca e prestazioni tecniche sportive. E ancora **LOSERS** e sempre nel mondo footwear e **LEVIUS**, che si caratterizza per i dettagli tecnici tipici di una sneaker inseriti in un prodotto artigianale. **C.Y.H. CLAP YOUR HAND**, marchio di abbigliamento daywear dal design minimale e casual caratterizzato da stampe all-over. Nel monoprodotta **LC23** marchio di camiceria, estremamente curato nei dettagli e Made in Italy. **CORRELATE**, **HALO**, **HAN KJØBENHAVN** e **MONOBI'**. Uno sportswear che attinge da un lato dai marchi ready-to-wear che utilizzano dettagli estetici dell'active, dall'altro le aziende tradizionalmente sportswear dal forte appeal urban contemporary, come **LE COQ SPORTIF**, **ROBE DI KAPPA** e **SUPERGA** con la linea SUPERGA SPORT e la riedizione dell'iconico modello indossato da Adriano Panatta.

WHITE MENSWEAR

Presentano le loro proposte esclusivamente menswear **BARRACUDA, CHRISTY'S HATS, THE LAST CONSPIRACY & ASGAARD, THOM KROM, WHITE IN 8, BORSA, KURO** e **BE ABLE** che propone pantaloni che confermano la ricca e importante appartenenza alla cultura sartoriale partenopea. **PEB PROGRESSIVE EXPERIMENTAL BRAND** è un marchio streetstyle che privilegia lo studio minuzioso dei tagli e delle silhouette sofisticate, mentre **SEMPACH** punta sulla bellezza dei capi senza tempo, ispirati ai materiali e ai dettagli dell'esercito svizzero. Debutto a White per **CSB LONDON** il marchio di abbigliamento creato nel 2014 da Christopher Brogden che coniuga lo stile sartoriale all'appeal dei dettagli sportswear.

WOW

Il progetto **WOW by HIGHSNOBIETY** si arricchisce grazie alla speciale collaborazione con **LUISAVIAROMA**. Tra i nomi scelti per l'area WOW si annoverano **BLOOD BROTHER** il contemporary menswear fondato a Londra nel 2011 da Nicholas Billove e James Waller; lo scandinavo **SOULLAND**, nato nel 2001, che trae ispirazione dal baseball ed è oggi tra i brand più noti nel suo segmento glam-active e il milanesissimo **GCDS**, acronimo di God Can't Destroy Streetwear, che coniuga l'expertise italiana all'energia londinese proponendo maglie, giacche, felpe con grafiche che riprendono la cultura dello sport e dello streetwear. Tra gli altri marchi sono: **3.PARADIS, ALL APOLOGIES, KATIE EARY, MISBHV, NUMERO 00, TAK.ORI** e **TONSURE**.

BASEMENT, WOK E SPECIAL AREAS tra ricerca e innovazione

Un debutto internazionale in piena regola quello di **FENG CHEN WANG**, designer cinese che presenta la sua nuova collezione menswear. Special area per **SELECTED** il marchio danese di abbigliamento e accessori fondato nel 1975. **COLLECTION PRIVÉE?**, una presenza consolidata di via Tortona 27, che svela ai buyer e alla stampa la pre-collezione ready-to-wear donna disegnata da Manuela Arcari e Massimo Bizzi. Torna a White in una special area anche **CACHAREL** e il marchio bolognese **A.MEN**. E ancora **NORTH SAILS**, che porta a White una collezione donna fatta di capi iconici presi in prestito del guardaroba maschile con una forte impronta sartoriale. Nel **BASEMENT**, l'area underground del salone milanese sono alcune new entry come: **ASGER JUEL LARSEN, UNOCCUPIED LAB** e **SERIENUMERICA**, insieme a **BARBARA ALAN** con le sue ultime creazioni di abbigliamento maschile, **BUILDING BLOCK** con la nuova collezione di borse, **ERMANNO GALLAMINI** con i suoi mantelli hand-made e poi presenze consolidate come **HENRIK VIBSKOV, HOUSE OF THE VERY ISLAND, MARC LE BIHAN** e **PETER NON**.

WOK ROOM - affidata al Wok Store di Milano - riconferma la sua presenza con **EASTPAK** che propone una collaborazione con House Of HackNey, e tra le new entry i marchi di abbigliamento **NOSOMNIA, MYAR, SEAL** e **KLASSE 14** per gli accessori.

LA TRADIZIONE, IL VALORE IL BELLO Training & Show

Saranno sedici i protagonisti dell'area dedicata alla tradizione artigianale italiana. Il progetto, nato grazie alla collaborazione con CNA per il bando "Creatività: eventi e luoghi per l'innovazione nella moda e del design" della REGIONE LOMBARDIA, la Tradizione, il Valore, il Bello training and show è il primo format mirato a esaltare l'eccellenza italiana del fatto a mano, destinato a un pubblico di addetti ai lavori. Fanno parte dell'area **AMARCORTESE, ARTEES, DI CARLO 1975, DIFFERENT, DUEDIPICCHE, GATTABUIA, GM CAPSULE COLLECTION, HUME- HUMANE METISSAGE, MANETTI BRIANZA, MATTIA CAPEZZANI, MAZZOLENI GLOVES, MUMATI GIOIELLI, MYAK, ORIGAMI KNITWEAR BY PATRIZIA FERRETTI** e **TU&TU**.

LA TRADIZIONE, IL VALORE, IL BELLO EXHIBITION

Una collettiva di calzolai italiani sarà il cuore pulsante dell'area dedicata alla mostra **LA TRADIZIONE, IL VALORE, IL BELLO EXHIBITION** che ritorna in via Tortona 27 con un'installazione live dedicata a una grande risorsa del made in Italy: l'esclusività della calzatura hand made. Cinque realtà artigianali profondamente legate al loro territorio ricreeranno a White i laboratori dove tradizione del fare dà valore a un prodotto che esprime l'essenza del bello, radicato nella cultura italiana. I protagonisti della mostra organizzata da White, in collaborazione con **CNA Federmoda** e **A.I. Artisanal Intelligence** sono **BAIRON di MARIO BEMER** (Firenze), **BOTTEGA VASI'** (Montegranaro), **LEMASTRO** (Roma), **PERON & PERON** (Bologna), **ROSSO VENEZIA** (Ballo' di Mirano).

SPECIAL THANKS:

Cantine CECI

MEDIA PARTNERS:

ARS SUTORIA
BRANDS MAGAZINE
CHI E' CHI
FASHION
FASHION ILLUSTRATED
MFF
MODA PELLE
MODEM
PAMBIANCO
SPORTSWEAR INTERNATIONAL
SHOWDETAILS
VOGUE ACCESSORY
WU MAGAZINE

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