

WHITE MILANO SEGNA UN'EDIZIONE RECORD: FORTE CRESCITA PER NUMERO BRAND E PROGETTI, OLTRE 500 MARCHI (+ 11%) CON UNA SUPERFICIE ALLESTITA DI OLTRE 20.000 MQ (+ 12%) RISPETTO AL 2015

L'edizione di settembre 2016 è in assoluto la più rilevante di sempre sia per i numeri, sia per i progetti. **WHITE** inaugura **nuove sezioni**: **WHITEAST introducing CHINA** nuovo padiglione dedicato al **contemporary cinese con JINNNN** come **special guest&event**, **RED AREA - ONLY NEW BRANDS @ WHITE** una sezione di marchi, che si rinnova completamente ad ogni edizione, per offrire sempre nuovi spunti ai buyer; **BREAK TIME** un progetto per conoscere la cultura e il **Dna stilistico dei Paesi emergenti** e una nuova sezione **BEAUTY** ripensata all'ingresso del salone in **Tortona 27 Superstudio**. Continua inoltre il focus sull'artigianalità di nuova generazione con **WHITE STUDIO – It's Time to Contemporary Artisan**, che rappresenta il primo progetto di MIAC - Moda Italiana Aziende Contemporary una branch nata dall'accordo tra Confartigianato Moda e White. Ampio spazio all'internazionalità grazie ad alcune **aree speciali** con designer dalla **Georgia** e dal **Belgio**, dal **Portogallo** e dall'**Argentina** che hanno scelto il salone per presentare le loro novità.

Dal 24 al 26 settembre 2016 **WHITE WOMEN'S COLLECTIONS + ACCESSORIES**, il salone patrocinato dal Comune di Milano, anima il Tortona Fashion District durante Milano Moda Donna con un'edizione che segna **uno step fondamentale nella crescita ed espansione internazionale della kermesse**. **WHITE** inaugura **5 nuove sezioni di ricerca**, superando i **500 espositori di cui 346 aziende italiane e 164 estere con una crescita del 32%** di brand stranieri, che scelgono **WHITE Milano** per presentare le loro collezioni. Tra questi sono **200 le new entry** che confermano **il continuo scouting per offrire ai buyer proposte sempre aggiornate sui nuovi trend**. La crescita delle richieste per l'edizione di settembre 2016 ha registrato un **+25%** rispetto alla stessa edizione dell'anno precedente, unitamente a **un incremento** della superficie allestita che è arrivata a oltre **20.000 mq (+ 12%** confrontato a settembre 2015).

"WHITE dimostra, non solo con i numeri +11% di espositori ma soprattutto con la sua costante ricerca di nuovi giovani talenti e linguaggi, di porsi quale vero punto di riferimento per tutto il comparto del fashion, anticipando tendenze e stili che il mondo ci invidia" afferma l'**Assessore alla Politiche per il lavoro, Attività produttive, Moda e Design, Cristina Tajani** e prosegue: *"Con WHITE già da qualche anno abbiamo iniziato un percorso per valorizzare le giovani imprese della moda e i giovani artigiani che, unendo antica sapienza manuale alla ricerca di nuovi stili, sanno rinnovare il mondo del fashion italiano contribuendo così a rendere Milano, nei giorni delle fashion week, l'unico vero luogo di confronto internazionale per brand, stilisti e operatori del settore"*.

"Dalla prima edizione di WHITE nato in Via Tortona, questa è la più rilevante non solo per i numeri, ma soprattutto a livello di progettualità, grazie alle importanti partnership che ci hanno fatto capire quanta strada abbiamo fatto. Oggi WHITE è una realtà leader che ha trovato il suo DNA nel caratterizzare una settore ben specifico, quella della moda contemporary. Non solo un progetto, ma abbiamo definito un segmento, che portiamo a Milano e poi nel mondo. Siamo uno dei fattori che contribuiscono a rendere sempre più appealing e di successo la fashion week di Milano, portando la 'targa Milano' in giro per il mondo grazie alle collaborazioni attivate con ICE. Uno sviluppo importante frutto di un lungo lavoro e un approccio innovativo al mondo fieristico, che ha sin dall'inizio ci ha caratterizzato e si è rivelato vincente nel tempo" commenta **Massimiliano Bizzi, Fondatore di WHITE**.

In forte crescita al salone la **presenza di designer internazionali** con una domanda crescente di richieste dall'estero, confermata dall'adesione di **164 marchi** provenienti da tutto il mondo. Inaugura **WHITEAST introducing CHINA** un progetto che prevede la creazione a Milano di una sezione interamente dedicata ai **designer cinesi**, scelti e selezionati da WHITE, cui è offerta la possibilità di farsi conoscere da stampa e buyer occidentali. La seconda parte del progetto prevede la produzione di un evento WHITE a Shanghai durante la fashion week di ottobre, dove saranno presentati alcuni designer e aziende Made in Italy, che fanno parte della scuderia di WHITE, e che rappresentano un esempio concreto del Contemporary Italiano, molto ricercato dai nuovi consumatori cinesi, ma oggi non ancora reperibile localmente. Dal 24 al 26 settembre a WHITE Milano sono in mostra **15 designer cinesi più edgy del panorama contemporary** tra cui il brand **JINNNN**, **special guest** del salone cui è dedicato **l'evento definito dallo stesso designer "Words"** in collaborazione con **Camera Italiana Buyer Moda**.

Commenta **Jin Chongyu**, insieme al **co-fondatore Les Suen**: *"Ci piace pensare alle nostre creazioni come parole perché per noi indossare un abito è come intrattenere una conversazione con la persona che lo indossa, una creazione che si indossa come una parola che ti racconta una storia."* Partner di **WHITEAST introducing CHINA** è **LUISAVIAROMA**, che promuoverà i designer cinesi attraverso un **focus editoriale dedicato** e un **live shooting** visibile sui social network dell'online store e sui canali di WHITE.

I nomi dei designer cinesi a WHITE da scoprire per questa sezione sono: **EVENING** disegnato dal designer Yu Wanning le cui collezioni sono caratterizzate da elementi lineari e particolari drappaggi; **DEEPMOSS** che realizza i propri capi con tessuti lavorati a mano, accuratamente selezionati e principalmente provenienti da Italia e Giappone; **BY FANG** brand dal sapore cosmopolita, come il designer che vive a Parigi, città in cui ha trovato la principale ispirazione; **CYNTHIA & XIAO** duo creativo che punta in particolare sulla maglieria; **SIMON GAO** brand dall'appeal elegante, avant-chic, dalle linee sartoriali pulite, con look creati con tessuti di diversa consistenza che modellano una silhouette moderna; **THE LAWN** il cui stile riprende i ricordi di un viaggio in India, con colori e stampe che richiamano gli abiti tipici della cultura indiana.

Special guest di WHITE WOMEN'S COLLECTIONS + ACCESSORIES è proprio il brand cinese **JINNNN**, fondato a Shanghai dal designer Jin Chongyu e da Les Suen. Chongyu muove i primi passi presso importanti atelier parigini, per poi aggiudicarsi il premio "China Contemporary Design Contest Award". JINNNN prende ispirazione dai modelli, colori e dalle tecniche di ricamo a mano della tradizione reinterpretati per la donna cinese moderna. JINNNN presenta la sua nuova collezione in un'area speciale del salone e sarà protagonista di **un importante evento**, che si terrà in via Tortona 27, in collaborazione con **Camera Italiana Buyer Moda – The Best Shops** e il **Comune di Milano**.

Grazie alle diverse collaborazioni e progetti internazionali, WHITE lavora a favore delle aziende italiane per esportare nel mondo il Made in Italy, sviluppando per primo, insieme a Gisella Borioli, l'idea del **Tortona Fashion District**, quartiere sempre più dinamico, composto non solo da location per eventi, ma da spazi culturali e da realtà di eccellenza rappresentative del settore della Moda e del Design. Proprio il distretto vedrà un'ulteriore promozione e riconoscimento grazie alla **Modem Map - Tortona Fashion District**, che uscirà in concomitanza con le 4 settimane della moda di Milano (gennaio e giugno - collezioni uomo e febbraio e settembre - collezioni donna) per evidenziare anche le principali attività e le nuove realtà del quartiere al servizio del pubblico durante tutto l'anno e che conferiscono al distretto la connotazione prestigiosa di cui gode (Vedi allegato).

WHITE[®]

MILANO

Con una strategia mirata a rendere il salone sempre più appealing per i buyer provenienti da tutto il mondo, WHITE è il punto di riferimento per le migliori aziende italiane del contemporary e le più interessanti realtà straniere che vogliono presentarsi a Milano durante la fashion week. Grazie a una stretta collaborazione con **ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**, WHITE porta a Milano **i più importanti buyer da tutto il mondo**. Da un lato incoming di buyer durante la fashion week, dall'altro WHITE lavora per esportate all'estero il Made in Italy con eventi dedicati durante le fashion week di **Shanghai (15 ottobre)**, **Seoul (20 ottobre)**, **Dubai (23 ottobre)** per approdare il **17 novembre** a **Berlino** con un'ultima presentazione nella prestigiosa cornice dell'Ambasciata Italiana. Il **road show "IT'S TIME TO WHITE"** porterà all'estero un assaggio del brand mix del salone per promuovere le **aziende italiane del panorama contemporary nel mondo** tramite fashion event speciali pensati per attrarre stampa e buyer dei mercati esteri. Un'occasione unica per far conoscere le storie di successo nate insieme a WHITE, designer e creativi che si sono oggi consolidati, crescendo come imprese.

"In questi anni M.Seventy ha investito sulla crescita ragionando non come un ente con logiche meramente fieristiche, ma strutturando un piano di investimento per fare crescere WHITE come brand, grazie a progetti di comunicazione di respiro culturale volti a rendere il salone sempre più internazionale. Stiamo inoltre implementando una serie di strategie aziendali per il mercato cinese, sia per l'incoming di buyer, sia come promozione delle realtà italiane. Grazie a ICE riusciremo a presentare il brand mix di WHITE nel mondo con una serie di eventi in mercati per noi strategici del Far East in cui saranno protagonisti i designer più avant-garde e le aziende del contemporary italiano che rappresentano le storie di successo del salone" spiega **Brenda Bellei Bizzi, CEO di WHITE**

Nel seguire la propria vocazione allo scouting, WHITE inaugura **RED AREA - ONLY NEW BRANDS @ WHITE**, una nuova sezione, collocata al primo piano di Tortona 27 Superstudio Più, che si rinnoverà completamente a ogni edizione con l'introduzione e scelta attenta di marchi, che sono presenti nel salone per la prima volta. La sezione conta oltre **20 marchi** tra cui i brand di accessori **BITNIK**, il label di borse **FEDERICA BERARDELLI**, le collezioni di abbigliamento **CARLOTTA CANEPA**, **CHIGLO** e **MANOSTORTI**, la maglieria di **LUCA AIROLDI**, le scarpe di **TRENTA7** (Vedi allegato).

In coerenza con lo sviluppo delle sezioni all'insegna del colore, al Tortona 54 Ex Ansaldo è l'area **YELLOW**, che conta **23 marchi** tra cui il label **Kengstar** (capospalla), **Olivia's Bow** (scarpe) e il marchio di borse **Le Pandorine**.

"Il lavoro di accurata selezione svolto negli anni e la promozione di partnership e progetti che favoriscono l'internazionalità ed il servizio buyer oriented ha portato WHITE ad essere l'appuntamento irrinunciabile in termini di business per gli operatori del settore moda. Il livello qualitativo cresce, i brand che prima erano nella nostra wish list ora ci fanno richiesta spontaneamente" afferma **Francesca Cella, Direttore Generale WHITE**

Nel segno della ricerca e internazionalizzazione sono anche i diversi progetti dedicati **alla creatività di Paesi** importanti per il segmento contemporary come la **Cina** su cui WHITE ha investito risorse per realizzare importanti collaborazioni, la **Georgia**, passando per il **Belgio**.

Per la prima volta in Italia due importanti presenze: un gruppo di designer cutting edge dalla **GEORGIA** e dal **BELGIO**. WHITE MILANO presenta **un'area speciale nella Four Rooms con 7 talenti dalla GEORGIA**. In collaborazione con il direttore creativo della Mercedes Fashion Week Tbilisi, **Sofia Tchkonja**, sono stati selezionati: **LALO CARDIGANS, TAMUNA INGOROKVA, JANASHIA, TEYO, SOPHO GONGLIASHVILI, GIORGI AMIREJIBI, DIANA KVARIANI** e **LAKO BUKIA** (Vedi allegato).

Debutto italiano anche per i marchi della moda **Made in Belgium** con il progetto **SHOWROOM [LES BELGES]** che promuove, grazie al supporto dell'agenzia governativa **Wallonie-Bruxelles Design Mode**, i più promettenti creativi sia nella moda, sia nell'interior design. Per la prima volta **SHOWROOM [LES BELGES]** arriva a Milano e sarà protagonista a WHITE in un'importante area speciale personalizzata con arredi di **ATELIERS J&J**, marchio di design nato nel 2012, che presenterà una preview della nuova collezione. Tra i marchi fashion sono stati selezionati: **MOUTTON COLLET** (accessory e gioielli), **LOUISE ASSOMO** (abbigliamento), **CLIO GOLDBRENNER** (borse), **GIOIA SEGHERS** e **LEO** (abbigliamento donna) che presentano in anteprima a Milano le loro collezioni (Vedi allegato).

Commenta **Giorgia Morero** dell'agenzia governativa **Wallonie-Bruxelles Design Mode**: *"Decisamente ottimisti, fiduciosi e originali, questi designer hanno un mondo tutto loro, popolato da ispirazioni impreviste che desiderano condividere. Ogni collezione è unica e il loro approccio si concentra sulla ricerca dei migliori materiali, tecnologia e libera espressione. Nel combinare innovazione e qualità, il lavoro di questi nuovi creatori è accattivante e ricco di ispirazioni; ne risulta un panorama creativo che dimostra come la moda belga stia vivendo una stagione di crescita e abbia davanti a sé un futuro luminoso"*.

Sempre nel segno dell'apertura e scambio culturale con i Paesi emergenti è il nuovo progetto **BREAK TIME**. Un format di presentazioni alla **MyOwnGallery** di via Tortona 27, curato da **Federico Poletti**, che vuole essere un momento di pausa e riflessione per conoscere nuovi stilisti ed entrare nel loro mondo. Per questo motivo si è scelto di evocare **un'atmosfera d'atelier** in cui si ha un contatto diretto con il designer e i suoi riferimenti culturali. La ricerca dei designer spazia su diversi territori come il **Belgio** (Vallonia) e Paesi come la **Georgia**, l'**Estonia** e il **Kazakistan** che sono protagonisti di questa prima edizione. Da **Sabato 24 al Lunedì 26 settembre si terranno quattro presentazioni** (una al giorno, a parte l'opening con due designer) che vedranno coinvolti: **MARIT ILISON**, artista e fashion designer basta in **Estonia**, che è stata notata al Festival di Hyères, **LALO CARDIGANS**, talento **georgiano** della maglieria fondato nel 2012 dalle sorelle Lalo and Nina Dolidze, **AIKA ALEMI** le cui creazioni rivelano l'influsso delle tradizioni del **Kazakistan**, e infine dal **Belgio** il brand **LEO**, fondato da Leonneke Derksen e Matthias Medaer, brand che fonde elementi dello sport con forme classiche, ma rinnovate tramite la sperimentazione sui materiali. **BREAK TIME** vuole mostrare la ricchezza culturale e stilistica dei Paesi, che si stanno facendo conoscere gradualmente anche grazie alle loro fashion week. (Vedi allegato)

Continua il focus sull'artigianalità con **WHITE STUDIO – It's Time to Contemporary Artisan**, un'iniziativa curata da **Clara Tosi Pamphili** e **Alessio De'Navasques**, che rappresenta il primo progetto di **MIAC - Moda Italiana Aziende Contemporary**. MIAC è una branch nata dall'accordo tra **Confartigianato Imprese Moda** e **WHITE**, che siglerà tutte le iniziative congiunte del salone e della più importante associazione italiana di categoria che rappresenta le piccole e medie aziende artigianali. Terreno e finalità comuni alle due realtà – **WHITE** e **Confartigianato Imprese Moda** – è un programma di iniziative congiunte, mirate all'internazionalizzazione delle piccole e medie aziende del comparto moda. Tra i nomi di punta: **Melampo, Ascari Milano, Bistrusso, Cesare Gatti, Haetts** e **Manfredi Manara**.

“WHITE è il più importante salone della moda donna in Italia e con Confartigianato potrà riaffermare la sua leadership attraverso iniziative che mettono al centro dei nostri progetti le piccole e medie aziende italiane iscritte alla nostra associazione” ha dichiarato **Giuseppe Mazzarella**, presidente di Confartigianato Moda e membro del Cda di Ice-Agenzia

A **BASE Milano, nell'area Ex Ansaldo di via Tortona 54**, WHITE reinterpreta la nuovissima residenza d'artista **casaBASE**, a pochi giorni dalla sua apertura ufficiale il 1° di ottobre. E lo fa con **dieci stanze** che ospitano l'artigianalità contemporanea nell'ambito di un progetto mirato a far conoscere il lavoro del vero artigiano capace di creare e realizzare un oggetto dall'idea alla sua produzione, con un alto tasso di innovazione e cura del dettaglio. Visualizzare il percorso che ha generato un prodotto significa capirne la reale consistenza e possibilità di crescita. Per questo la selezione ha privilegiato veri artigiani secondo caratteristiche ben precise di haute- artisanat, fino a realizzare un vero e proprio atto performativo studiato per celebrare l'identità degli artigiani e sottolineare l'importanza della loro storia inquadrandola nella stanza. Una filosofia - quella dell'artigianalità e del "su misura" - che ha contraddistinto casabase sin dalla sua nascita, secondo un concetto di "lusso accessibile" declinato sia negli arredi sia nei servizi offerti. E che oggi diventa protagonista di WHITE nella sua reinterpretazione contemporanea di artigianalità.

Nel segno del **supporto alle nuove generazioni della moda**, giunge alla seconda edizione **IT'S TIME TO SOUTH**, iniziativa nata grazie alla partnership tra **WHITE** e **ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**, che intende valorizzare e promuovere nuovi brand e aziende dalle regioni: **Calabria, Campania, Puglia e Sicilia**. Un progetto per scoprire le nuove generazioni del Made in Italy. (Vedi allegato)

Arriva alla **terza edizione** il **PREMIO RAMPONI**, voluto da **Alfredo Ramponi**, titolare dell'omonima azienda che si è imposta nel mondo del fashion per aver inventato il primo cristallo sintetico. Il premio, rivolto a designer di moda e accessori che vuole sostenere e incoraggiare la ricerca e la progettualità nell'ambito della moda femminile, dando forza a uno stilista in uno dei passaggi essenziali e al contempo più delicati: l'esposizione fieristica e la campagna vendita. La vincitrice della terza edizione del Premio Ramponi è la designer toscana **Linda Calugi** con il brand **TWINS FLORENCE** che esporrà in via Tortona 35 all'interno di una **special area**. Il brand è stato scelto tra le numerose candidature pervenute per creatività, innovazione, ricerca e progettualità, estetica e capacità di far avanzare lo stato dell'arte della moda italiana rispetto ai criteri di mercato (Vedi allegato).

Continua la partnership tra **LANCIA** e **WHITE**, dopo il successo delle scorse edizioni, LANCIA è nuovamente partner di WHITE con una speciale esposizione della Ypsilon, realizzata in modo unconventional dall'artista **Erika Calesini** che utilizzerà i prestigiosi materiali realizzati ad hoc dell'azienda **Ramponi**. Sul sito TimeAward parte inoltre il **24 settembre** un contest online per votare l'accessorio più fashion disegnato dai finalisti del progetto Time Award. L'item più votato dal web verrà messo in produzione e distribuito da Lancia per promuovere e sostenere concretamente i creativi più meritevoli.

Nel brand mix di WHITE non mancano infine gli **accessori** con la **sezione Bijoux, al Tortona 35 Nhow Hotel - curata in collaborazione Birik Butik**, che presenta le ultime tendenze con marchi quali **Bjorg** designer nata e cresciuta nel nord della Norvegia ma già in Department Stores come Harvey Nichols e Liberty a Londra; **Riva Jewels Ear Cuff and More**, lanciato nel 2014 dalla designer Allegra Paziienti, è un progetto che pone in primo piano l'artigianalità, l'arte e il design del gioiello; **Vittorio Ceccoli**, una linea esclusiva

e di forte impatto in cui le suggestioni del passato si mescolano a richiami futuristici e in cui i riferimenti stilistici sono interculturali, tra oriente e occidente.

Per il segmento occhiali, da sempre un accessorio molto richiesto dai buyer, si annoverano tra gli altri i brand **//Delirious**, occhiali da sole in edizione numerata e realizzati a mano da artigiani italiani, **Eyepetizer** che realizza montature sempre colorate e innovative, **MarcoMelis Eyewear** brand che presenta in esclusiva per White la nuova collezione "Lamina" brevettata a Giugno di quest'anno.

Il **Beauty** si rinnova con un nuovo layout che lo vede protagonista proprio all'ingresso di Tortona 27 Superstudio Più. La sezione, curata dalla giornalista ed esperta **Vanessa Caputo**, vede protagonisti tra gli altri i brand di nicchia come **Nishane**, un brand di fragranze di nicchia di base a Instambul specializzato esclusivamente in Extrait de Parfum; **Project Renegades** è un progetto unico nel mondo della profumeria. Tre tra i più importanti nasi del mondo: Bertrand Duchaufour, Geza Schoen e Mark Buxton hanno unito le loro forze per creare un brand all'insegna della libertà creativa. **SA.AL&CO** è un nuovo marchio di skincare maschile, 100% naturale, sviluppato e prodotto nel Tirolo austriaco; **L:A Brucket** è una linea di trattamenti botanici di skincare, Made in Svezia, i cui ingredienti provengono dalla zona costiera svedese; **Zenology** è un brand olandese di prodotti beauty e lifestyle, eco friendly, pensati per rivivere nella propria casa il lusso degli hotel cinque stelle.

Hub creativo di WHITE dove sono i **designer più sperimentali** è il **Basement** al Tortona 27 Superstudio Più che vede la presenza di **Marc le Bihan** con una collezione prêt-à-porter dal sapore couture, **Matteo Thiele**, vincitore del contest TIME AWARD con le sue creazioni tridimensionali, **Boboutic**, marchio specializzato in total look maglieria dal sapore avant-garde. Infine **Inside**, l'area del salone che promuove le future generazioni di stilisti italiani e internazionali che vede a questa edizione le collezioni **Gelo** interamente prodotte in esclusiva da Arte e Ricamo, azienda leader del settore del ricamo, fondata nel 1973; **Simone Vera Bath** che presenta la sua nuova collezione di gioielli fashion con i materiali come oro, argento, diamanti, pietre preziose abbinata a bronzo, cuoio, legno, pietre dure; **Naguisa** marchio nato nel 2012, che rivisita le tradizionali espadrilles, con un team di illustratori, fotografi e graphic designer. Nella giornata di **domenica 25 Settembre** verrà assegnato il premio **INSIDE WHITE**, il cui vincitore sarà scelto dalla influencer internazionale **Alexandra Pereira** conosciuta come **Lovely Pepa**, 1,2 milioni di follower in tutto il mondo.

Tra le **Special Areas** di questa edizione, si segnala il label francese **PIERRE-LOUIS MASCIA** che presenta la sua collezione donna e accessori in seta con uno scenografico allestimento; tra le new entry è **STEFANO MORTARI**, uno dei nomi più interessanti e apprezzati nel settore della maglieria, che vanta collaborazioni importanti a livello internazionale, e **NOCTURNE #22** brand giapponese di Yuji Yamamoto, figlio d'arte del grande Yohji. E inoltre le presenze ormai consolidate di **COLLECTION PRIVÉE?** con le sue collezioni di abbigliamento e accessori, **EGGS**, che propone la rivisitazione della gonna a vita alta come punto di partenza e come emblema di femminilità, **FALIERO SARTI** con le iconiche sciarpe create da Monica Sarti, **LABO. ART**, brand che nasce dall'idea di Ludovica Diligu, designer e founder del brand, con un accurato studio delle linee, dei volumi e delle geometrie, dal quale ne deriva una ricerca architettonica degli abiti. Infine **SIX LONDON SHOWROOM** con la sua selezione di brand edgy di calzature e le **due aree dedicate ai migliori designer del Portogallo e Argentina**.

WHITE[®]

MILANO

MEDIA PARTNERS:

ARS SUTORIA
BUYER
BUYER MAGAZINE
CHI È CHI
FASHION
FASHION GUIDE
FASHION ILLUSTRATED
MFF
MODA PELLE
PAMBIANCO
PREZIOSA MAGAZINE
SPORTSWEAR INTERNATIONAL
SHOWDETAILS
SOMETHING ABOUT FASHION
VOGUE ACCESSORY
WU MAGAZINE

SPECIAL THANKS TO:

ATELIERS J&J
G&H TATTERTON

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

13 Settembre 2016, Milano



Con il Patrocinio di

