

WHITE MAN & WOMAN PUNTA SU INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ CON PATAGONIA A WHITE STREET MARKET E WRAD A SUPERSTUDIO PIÙ DA LONDRA ARRIVA MATTHEW MILLER COME SPECIAL GUEST

Dal 16 al 18 giugno WHITE MAN & WOMAN punta su progetti internazionali e **un nuovo format B&C (business & consumer)** per rendere Milano e il Tortona Fashion District sempre più dinamici, durante Milano Moda Uomo. Il nuovo progetto WHITE STREET MARKET segna l'ampliamento dell'Ex Ansaldo |BASE, che ospiterà una selezione di **top brand del segmento sportswear&streetwear**, una nuova sezione del salone, aperta non solo a buyer e addetti ai lavori, ma anche al pubblico, con un importante calendario di attività tra moda, musica, cultura e sostenibilità.

Proprio nel segno della sostenibilità WHITE MAN & WOMAN presenta due importanti realtà. Nel cuore del salone (Superstudio Più - Tortona 27) debutta **WRAD**, marchio made in Italy vincitore del RedDot Design Award per l'innovazione sostenibile nel fashion system, uno dei più importanti premi del design mondiale, che in passato ha celebrato aziende come Apple, Bmw e Bose. Il prestigioso riconoscimento è stato conferito al marchio grazie a GRAPHI-TEE™ - endorsed by Perpetua - l'italianissima T-shirt che recupera la tradizione puntando sull'economia circolare, grazie al processo di tintura con grafite riciclata, che riprende una tecnica tramandata nei secoli dagli abitanti di Monterosso Calabro, piccolo centro in provincia di Vibo Valentia. Al salone WRAD presenta in esclusiva internazionale, **Mint Fiber**, una fibra ricavata dalla menta e sviluppata in sinergia con Walter Corrigan, di Tessile EcoBio. Dietro queste innovazioni ci sono tre menti creative: **Matteo Ward** (co-founder e ceo), **Silvia Giovanardi** (creative director) e **Victor Santiago** (art & talent director).

La sostenibilità è protagonista anche a WHITE STREET MARKET, con la speciale presenza di **Patagonia**. Nell'ambito di questa tematica green di grande impatto sociale, anche l'innovativo format (on stage a Tortona 54 Ex Ansaldo | Base) si indirizza su questo filone: non a caso uno dei due macro temi di riferimento – oltre all'esplorazione delle subculture – è il **design legato alla sostenibilità**, di cui il brand Patagonia (da sempre in prima fila per la salvaguardia dell'ambiente) è uno degli esponenti di punta. **Patagonia sarà presente a WSM con la campagna Blue Heart, un talk e una raccolta di firme per dare voce e aiutare le comunità locali a proteggere la regione balcanica da oltre 3.000 progetti idroelettrici proposti e fermare il conseguente disastro ambientale. Al riguardo, il marchio ha anche lanciato la campagna relativa, con gli hashtag #SaveTheBlueHeart #TheDamTruth.**

Da sempre attento all'interazione con la città di Milano, il nuovo progetto WHITE STREET MARKET presenta una serie di marchi sportswear&streetwear che partecipano con capsule collection esclusive. Tra i brand di WSM: **Sergio Tacchini** con una co-lab con **Andrea Crews**, dove il tradizionale e inconfondibile design sportivo dello storico marchio italiano è riletto e rinnovato dallo stile street-couture, che caratterizza il brand francese. E ancora, **Atelier & Repairs**, label americana che sostiene il valore dell'ecosostenibilità, rigenerando capi vintage; abiti che vengono interamente ripensati in chiave creativa

contemporary e trovano un nuovo posto all'interno di un circolo produttivo virtuoso. E, infine, **Exkite**, fondato dall'ex kiter professionista Renzo Mancini, che consente di entrare in prima persona nella storia virtuosa e innovativa delle sue vele da kite surf, rinate a nuova vita. WHITE STREET MARKET sarà animato da mostre e showcase dei migliori brand, che si alterneranno ad happening, talk, presentazioni e concerti di artisti internazionali per una tre giorni dedicata alla cultura street.

Sempre nel segno della sperimentazione e di un menswear d'avanguardia è la scelta di Matthew Miller quale Special Guest di WHITE MAN & WOMAN, che approda per la prima volta a Milano, dopo aver vinto, The 2017/18 International Woolmark Prize for Menswear. Formatosi alla Manchester Metropolitan Art School e con un master Royal College of Arts, conseguito nel 2009, Miller lancia il suo brand nel 2010, che si caratterizza per il mix non convenzionale di elementi sartoriali e materiali tecnici. Partendo dalla cultura inglese del tailoring, riletta con accenti punk, lo stile di Miller è riconosciuto per lo spirito ribelle, che porta una ventata giovane e anticonformista nel mondo del sartoriale: un compromesso tra comfort e funzionalità, verso una nuova dimensione del formale.

Dichiara lo stesso Matthew Miller: *«Sono davvero entusiasta di presentare la mia nuova collezione primavera/estate 2019 a WHITE, durante Milano Moda Uomo. Saranno capi molto innovativi, grazie all'uso di tecnologie, tessuti riciclati e accessori con nuove performance».*

Il brand ha già un'importante distribuzione internazionale con top retailer come Takashimaya, Hudson Bay, DF Tokyo, Lane Crawford Hong Kong e Shanghai, Most Pop, Supplies and Co, Harvey Nichols, tanto per citarne alcuni.

A WHITE MAN & WOMAN Miller avrà un'area speciale e un evento dedicato per presentare la sua collezione a stampa e buyer internazionali.

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

Milano, 8 Maggio 2018