

TORTONA FASHION DISTRICT SEMPRE PIU' WHITE CON LA CRESCITA DEL TORTONA 31|OPIFICIO E UNA PROGETTUALITA' SEMPRE PIU' INTERNAZIONALE

FORTE DI 4 LOCATION, DI CUI UNA UN VERO DISTRETTO, E UN BRAND MIX CHE VEDE 562 AZIENDE, WHITE SCEGLIE FIORUCCI COME SPECIAL GUEST DEL SALONE, A.F. VANDEVORST COME SPECIAL DESIGNER, CHE AL SALONE CELEBRA I SUOI 20 ANNI. SI AMPLIA IN MODO IMPORTANTE LA NUOVA LOCATION TORTONA 31| OPIFICIO, CHE OSPITA TEMPORARY SHOWROOM, COME QUELLO DI ILARIA NISTRI, FORTE FORTE E FILA, PRESENTE ANCHE NEL CALENDARIO DELLA MILANO FASHION WEEK. ON SHOW UN PANORAMA DI AZIENDE CONSOLIDATE, MARCHI INTERNAZIONALI, LE MIGLIORI REALTA' ARTIGIANALI DEL MADE IN ITALY E UN'AREA DEDICATA ALLA MODA BELGA DI NUOVA GENERAZIONE IN COLLABORAZIONE CON FLANDERS DISTRICT OF CREATIVITY.

Dal **21 al 24 settembre 2018** WHITE colora di bianco il Tortona Fashion District, continuando la sua crescita progettuale nel segno della qualità, grazie allo sviluppo dell' hub di **Tortona 31 | Opificio**, **spazio composto da più location autonome, usate durante la fashion week per la prima volta da WHITE** per creare un percorso unico nel suo genere che ospiterà **pop up store, aree speciali, e di ricerca internazionali**, oltre alle **temporary showroom** di brand come **Ilaria Nistri, forte_forte e Fila**. Un dato che conferma WHITE e il Tortona Fashion District essere il polo più dinamico e vitale nella settimana della moda milanese. Un distretto oggi imprescindibile su cui WHITE ha scommesso sin dall'inizio, investendo con un approccio innovativo nel mondo fieristico: un successo confermato anche dal fatto che, dopo aver esplorato diverse location, tornano su via Tortona anche altri player del settore. Oggi WHITE – trade show patrocinato dal Comune di Milano – si sviluppa **su quattro location, una superficie allestita di circa 22.000 mq, 562 marchi (375 brand italiani, 187 esteri) di cui 243 new entry esposti nelle location tra Tortona 27 | Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel NHow e Tortona 54|Ex Ansaldo**: l'ampliamento della parte espositiva dimostra come le aziende, gli operatori e i buyer considerino sempre più WHITE la **piattaforma di riferimento marketing-oriented** sia per le aziende **consolidate, sia per i brand di tendenza**. Si riconferma, infatti, anche il timing del salone programmato su 4 giorni (21-24 settembre) e l'importante sinergia con la città di Milano e Camera Nazionale della Moda, per rendere la fashion week milanese sempre più internazionale e ricca di eventi.

«Anno dopo anno WHITE continua a evolvere nei numeri: ad oggi gli espositori sono 562 , tra nazionali e internazionali, una crescita che si consolida sempre di più tra gli operatori del settore e sui media che considerano WHITE come la migliore occasione per valorizzare la creatività di tante aziende e giovani stilisti. Talenti che, proprio qui, possono sperimentare le proprie idee e i nuovi linguaggi per tramutarli in opportunità di mercato e di stile. Un percorso di promozione messo in moto grazie anche alla collaborazione con il Comune di Milano - così commenta l'Assessore alla Moda e Design del Comune di Milano,

Cristina Tajani. Quest'anno - conclude l'Assessore Tajani - grazie alla seconda edizione di "Milano XL" e alle sue sei installazioni, proseguiamo nel racconto diffuso del Made in Italy, con l'unico obiettivo di promuovere in modo concreto e creativo l'immagine dell'Italia e del suo sistema moda: dalla moda alla cosmesi, dall'occhialeria al gioiello, passando dal tessile alla calzatura sino al mondo degli accessori».

«Già da un paio di stagioni Milano e WHITE crescono in modo importante - commenta Massimiliano Bizzi, founder di WHITE - grazie alle iniziative e attività organizzate a livello di sistema, come ad esempio il progetto Milano XL e la sinergia tra le fiere in date ravvicinate. E' un importante cammino quello intrapreso da WHITE che continua a produrre risultati importanti per le aziende moda e per un settore trainante per l'economia italiana».

Proprio partendo da Milano, ma con sguardo globale, **WHITE ha scelto Fiorucci come Special Guest del salone.** Una storia tutta italiana, iniziata a Milano nel 1967 con l'inimitabile Elio Fiorucci definito il "paladino della moda democratica". Grazie al suo spirito libero e passione per l'arte, Fiorucci ha rivoluzionato il mercato della moda. Nel 2015 il brand è stato acquisito da Janie e Stephen Schaffer, che lo hanno rilevato puntando sui suoi valori come ironia, heritage italiano, contaminazioni con l'arte e la musica, attraverso una strategia multicanale, iniziata con l'apertura del pluripremiato Flagship store nel cuore di Londra Soho. La nuova direzione creativa della label ha già suscitato l'interesse di numerose celebrities internazionali come Will.I.AM, Brooklyn Beckham, Kendall Jenner, Gigi Hadid, Kourtney Kardashian, tanto per citarne alcune. **Per la prima volta dal rilancio, Fiorucci torna protagonista a Milano** con una suggestiva **area speciale all'interno di WHITE**, in Tortona 27 Superstudio Più, dove è molto attesa da buyer e stampa internazionali la nuova collezione P/E 2019. Le sorprese non finiscono qui. Sarà inoltre aperto un **Fiorucci Pop Up Store (aperto al pubblico) nella location di WHITE Tortona 31 | Archiproducts**, dove si potrà acquistare la collezione A/I 2018, giocata su tessuti olografici brillanti abbinati a jersey, vinili, denim, t-shirt e felpe over, con l'iconica stampa degli angioletti.

«Fiorucci è il primo marchio lifestyle e concept store che unisce la musica, l'arte e la moda in un unico grande brand. Con la prima storica apertura dello store Fiorucci, avvenuta a Milano, siamo orgogliosi di prendere parte al salone White, per riportare il label alle gloriose origini - afferma Janie Schaffer" - titolare del marchio Fiorucci».

Commenta Massimiliano Bizzi, fondatore di WHITE: «Proprio come Fiorucci, WHITE è nato a Milano con l'idea di portare la moda alle persone, con un format e un approccio non convenzionale e libero. Non solo rendiamo un omaggio a un grande innovatore, che mi ha sempre ispirato con la sua visione, ma siamo entusiasti di poter contribuire al rilancio del brand e al suo ritorno che parte proprio da Milano a WHITE».

Progetto Showroom Connection

WHITE **Showroom Connection** è 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 il brand e la showroom, offrendo servizi mirati di marketing, di immagine e comunicazione offline e online, tre chiavi di lettura moderna nell'intendere una fiera che non è più solo una fiera. Il format, quindi, si rinnova e diventa più strategico, alcuni marchi che hanno aderito a Showroom Connection, come **Fiorucci, Fila, Liviana Conti e TPN e TPN X Lotto** saranno protagonisti di un innovativo concept espositivo. Una speciale art direction dello spazio all'interno del salone a cura degli stylist e visual di **Vogue #Shareable**, unit speciale di Vogue Italia, darà vita a look creati mixando i capi e gli accessori dei brand con un tocco del tutto editoriale per avvicinarsi al mondo digitale. Il tutto sarà coordinato e diffuso attraverso scatti fotografici ad hoc, e a una comunicazione di forte impatto digital su Instagram, il social media per eccellenza, che rappresenta uno strumento oggi imprescindibile per le aziende moda.

Special Project di WHITE è il brand belga **A.F. VANDEVORST** che è presente al Tortona 27 | Superstudio Più, all'interno di un'area speciale con la nuova collezione, mentre al Tortona 31|Archiproducts il duo di Anversa realizza **una speciale installazione e pop up store (aperto al pubblico)** per celebrare l'anniversario del brand che compie 20 anni. Tutto inizia nel 1987 quando An Vandevorst e Filip Arickx si sono incontrati il primo giorno di scuola alla Royal Academy of Fine Arts di Anversa. Per il 20° anniversario di carriera - celebrato con la pubblicazione di ENDE NEU, un libro retrospettivo che narra la storia della maison - A.F.Vandevorst mette in scena a WHITE Milano uno spazio emozionale in cui non solo si potrà rivivere la loro estetica e passione per le arti visive, ma anche **acquistare una capsule collection di t-shirt, borse e abbigliamento**. Inoltre il brand - grazie al supporto di WHITE - **sfila in calendario di CNMI sabato 22 settembre alle ore 17.00**.

Cresce in modo importante il **Tortona 31 | Opificio** grazie al mix tra aziende consolidate e marchi di ricerca, oltre ad ospitare **alcune temporary showroom** come quello di Ilaria Nistri, forte_forte e Fila, marchio reso famoso da diversi sportivi degli anni Settanta e Ottanta, oggi in grande rilancio. Tutte queste aziende hanno scelto il Tortona Fashion District per le loro temporary showroom aperte non solo durante la fashion week ma per la campagna vendita. Sempre al Tortona 31|Archiproducts **l'area speciale in collaborazione con il tradeshow olandese MODEFABRIEK**, che porta a Milano una selezione dei brand più rappresentativi della propria realtà, come **Femmes Du Sud, Ruigrok Vd W, Maium, A.Bostroem, Daily Paper e Kings of Indigo**.

Lucel van den Hoeven, CEO di Modefabriek, commenta: *«Siamo davvero felici di collaborare con White. L'iniziativa si integra perfettamente con tutti i nostri progetti, come Modefabriek, il nostro salone di moda internazionale di Amsterdam, e Denim Days, il nostro festival itinerante dedicato al jeans. Crediamo che questa collaborazione rappresenti un modo di sviluppare interessanti opportunità di business per il futuro. Questo è il motivo per cui siamo felici di collaborare con WHITE portando a Milano i marchi olandesi, dove incontreranno un'audience attenta e internazionale».*

Nel segno della ricerca internazionale è il **focus sulle avanguardie della moda belga** con lo Special Project “**The Belgian Focus**”. In **sinergia con Flanders DC - Flanders District of Creativity** - la piattaforma belga di supporto e promozione delle giovani imprese creative, WHITE ospita una selezione accurata di **sette brand provenienti dal Belgio**. I marchi vanno a comporre un’offerta womenswear eterogenea e completa, dall’abbigliamento alla calzatura, dalla pelletteria alla lingerie, fino al gioiello. Protagonisti di “The Belgian Focus” sono: **Ophelia Lingerie** con il suo intimo sostenibile, **Morobé**, la luxury label di calzature street couture; le stampe tessili esclusive di **Marylène Madou**; il design elegante, funzionale e sostenibile delle borse firmate **Lies Mertens**; i motif colorful, handmade, etici ed esclusivi dell’abbigliamento firmato **Mooiloop**; il design minimal eppur innovativo dei gioielli firmati **Studio Collect**; **Helder Antwerp** con le sue versatili creazioni.

E infine, sempre al Tortona 31, si valorizza il **saper fare italiano con l’area Interspazio** che ospita **Sharra Pagano**, simbolo dell’italian style e storico brand di gioielleria, fondato a Milano nel 1969 da Lino Raggi. E ancora l’artigianalità **nell’area Showroom 31** dedicata al Made in Italy, con aziende come le scarpe da sera e gli accessori di **Daniele Amato**, le sneaker lavorate a mano di **Fabiano Ricci**, fino alle camicie gioiello di **Pourquoi me by Elena Montagano**.

«La nostra strategia di sviluppo continua su più fronti - commenta Brenda Bellei, CEO di M.SEVENTY - grazie ai continui investimenti, come è stato a giugno, e con l’ampliamento degli spazi nel Tortona District, ma soprattutto con l’implementazione nella prossima edizione di gennaio 2019. Svilupperemo interessanti collaborazioni internazionali con partner di primo piano e rinnoveremo anche per il 2019 la partnership con ICE - Agenzia, Confartigianato Imprese e Conf. Export, per sviluppare opportunità di business per le aziende italiane, promuovendo l’incoming di prestigiosi buyer internazionali e, soprattutto, agevolando la presenza delle aziende che promuoviamo sui mercati esteri».

HIGHLIGHTS DALLE LOCATION DI WHITE MILANO

Tortona 27 | Superstudio Più

La location che rappresenta il cuore di WHITE sin dai suoi esordi, ospita importanti Sale Speciali di particolare impatto dando risalto ai brand di alto profilo creativo e commerciale. Nell’edizione di settembre di WHITE MILANO torna **AVAVAV**, con la sua formula innovativa e sostenibile di See Now Buy Now, rivolta al B2B e B2C e incentrata su collezioni esclusive che fondono l’essenzialità del design scandinavo all’eccellenza made in Italy; **Attic and Barn** e la sua proposta raffinata che coniuga praticità ed eleganza demi-couture; **Faliero Sarti** e la sua eccellenza storica rigorosamente italiana; **OOF** e le sue creazioni basate sulla reversibilità funzionale, così da unire comfort e stile urbanwear; **Pierre-Louis Mascia** e la sua poesia artistica stampata su capi e creazioni lifestyle di alta qualità; **Sofie D’Hoore** e le sue creazioni progettate in chiave di lusso sostenibile moderno, ovvero ottime nella qualità, sofisticate nella costruzione sartoriale ma di grande semplicità; **Stefano Mortari** e l’eleganza contemporanea dei suoi abiti sartoriali sofisticati, profondamente minimalisti; le label accomunate e definite da uno stile advanced contemporary presentate dallo showroom internazionale **Six London**,

ovvero Blue Roses, Dorateymur, Leandra Medine, Martine Rose, Nicole Saldana, Rombaut, Toga Pulla, Toga Virilis. Tra i rientri si segnala Rouge Margaux, brand di Cem Cinar, che è stato Special Guest di WHITE a febbraio. A WHITE espongono anche **Caterina Lucchi**, rinomato brand italiano di pelletteria e **Liviana Conti**. Per la prima volta il progetto **Showroom Connection si estende all'edizione di settembre** per supportare e promuovere grazie a un innovativo progetto digital i marchi con le rispettive showroom. Tra le showroom rinnova la sua presenza **Baltimora Showroom**, che porta anche nuovi marchi, come **Ca&Lou**, Andamane e Vision of Super. Last but not least Superstudio Più ospiterà l'**installazione del brand WRÅD**, progetto di innovazione sostenibile già presente a WHITE all'edizione di giugno e oggi selezionato da Camera Nazionale della Moda come uno dei finalisti dei Green Carpet Fashion Awards 2018. E ancora la maglieria artistica, ma indossabile di **Laura Theiss** e le proposte di abbigliamento sofisticato della francese **Valentine Gauthier**.

Tortona 27 | Basement

Con lo scenario di forte impronta underground, il Basement è la location che raccoglie i brand dalla ricerca espressiva sofisticata, marchi che percorrono vie e fonti d'ispirazione particolarmente eclettiche, tradotte in collezioni dallo spirito sperimentale e avanguardistico. Rientra nel Basement **Rouge Margaux**, brand già Special Guest di WHITE, che dopo il successo della scorsa edizione, punta su Milano per continuare lo sviluppo della propria awareness a livello internazionale. E ancora presenze consolidate come: l'estetica modernista di **Barbara Alan**, frutto della decostruzione sartoriale e della sperimentazione innovativa, priva di cuciture e ricca di fluidità; **Boboutic** e le sua maglieria scultorea; i tessuti di pregio declinati in mantelli, coperte, cappelli, papillon, cravatte e gilet firmati; **Vald Agency** con la sua selezione di abbigliamento e accessori di brand internazionali come **Henrik Vibskov**, **Beira** (marchio brasiliano unisex fondato nel 2015), **Aesther Ekme** o **Lærke Andersen**. Nel segno del made in italy e della sartorialità avant-garde realtà come **Ibrigu** e **Un-namable** per finire con gli accessori e gioielli di **Simona Tagliaferri**.

Tortona 27 | WHITE Beach

Al primo piano sopra all'art point all'ingresso del Superstudio Più apre un'importante novità dell'edizione WHITE MILANO di settembre 2018: un'intera area dedicata al "Summer Mood", composta da un brand mix variegato e trasversale, ideato per offrire un ampio range di produzioni, dallo swimwear ai sandali, dai teli alle espadrilles. Ricercatezza e creatività, twist trendy, alta qualità e accessibilità, queste le linee guida che accomunano i brand protagonisti della sezione, tra i quali: **Beliza Swimwear**, la linea di costumi che bilancia l'allure chic, la creatività dell'ispirazione e la confortevolezza dell'alta qualità dei materiali italiani e francesi; **Elina Linardaki**, i sandali made in Grecia unici perché realizzati da artigiani pellettieri e riccamente impreziositi da decorazioni pregiate e colorate anch'esse fatte a mano; **Los Trapitos al Sol**, il brand di swimwear che della sua fondatrice Carolina Sanchez riflette l'energia colorata della natia Colombia, il vigore dei viaggi in America Latina, il gusto europeo dei migliori tessuti selezionati, e l'eccellenza italiana dei laboratori per la produzione; **Nude Beachwear**, i costumi made in Italy che intrecciano femminilità intrigante, ironia seducente e stile contemporaneo; **Obistudio** con le sue espadrilles realizzate secondo la tradizione manifatturiera più

antica e rivoluzionata nello stile con un gusto sofisticato e contemporaneo; la sostenibilità innovativa del luxury swimwear di **Und Swimwear**, costumi rispettosi del corpo femminile, reversibili e creati con fibre ottenute dal riciclo di materie plastiche; le scarpe da spiaggia vegane di **Paanda Original**, 100% Made in Italy riciclabili e rigenerabili; **Sun of a Beach**, con la sua collezione di asciugamani handmade in Grecia, unica per qualità dei materiali e creatività stilosa delle proposte, tanto da esser stata declinata in una linea di accessori dal sapore vacanziero.

Tortona 27 | Lounge

Nel cuore di TORTONA 27 | Superstudio Più, la WHITE **Lounge** espone una selezione di marchi (abbigliamento e accessori), che mostrano il saper fare italiano, tra questi: **Cotone® Made in Italy**, con le sue linee di abiti e beachwear realizzate in cotone antiallergico e vegan; le sneakers artigianali coloratissime di **Duca d'Ascalona**; l'eleganza pregiata couture e prêt-à-porter firmata **Giovanna Nicolai**; i gioielli tattoo de **I Sogni di Lulù**; la resort wear collection di **Marybloom**, dove i tessuti impalpabili incontrano ricami, passamanerie e intrecci di crochet; **Sel Di** con le sue t-shirt in seta decorate da stampe esclusive; il fascino femminile, la creatività raffinata e l'eccellenza timeless delle calzature di **Sergio Amaranti**.

Tortona 27 | Inside WHITE

All'interno di T27 | Superstudio Più, INSIDE WHITE, area dedicata ai nuovi brand internazionali, alle realtà emergenti ed in crescita, che al Salone trovano così un'importante vetrina che dialoga con addetti ai lavori e trend setter. Ad ogni edizione, il trade show premia con l'Inside White Award la collezione che fonde al meglio qualità creativa e commerciale. Tra i brand presenti: **Jiwon Yun**, il brand francese che prende il nome dalla sua creatrice, che bilancia il minimalismo sartoriale mascolino del tailleur e la silhouette perfettamente femminile; **Le Rú**, il giovane brand delle sorelle Federica e Doris Ruscio, che dei capi classici serbano i materiali pregiati e lo chic senza tempo, mentre ne rileggono le forme in chiave contemporanea; lo slow luxury di **NO/AN**, con le sue borse handmade che superano il concetto di seasonal style, per abbracciare la sostenibilità dell'estetica senza tempo; **Soi Paris**, il brand parigino dove le stampe sono storie impresse sulla seta di abiti chic; **STMA**, la giovane realtà di Stefania Marra che contamina il guardaroba formale con il touch underground e propone la dimensione della "New Fem", una nuova femminilità

Tortona 27 | WHITE Beauty

L'area del salone dove la ricerca di stile e tendenze è declinata nell'universo della bellezza: una selezione di brand italiani e internazionali che presentano in anteprima le proprie proposte legate alla profumeria artistica, al body care, al make up e lifestyle. Ricerca lussuosa, sensorialità sofisticata, unicità, questi i tratti caratteristici dei brand di profumeria artigianale presenti, tra i quali: **Step Aboard Milano**, la giovane realtà italiana che sceglie WHITE come vetrina di debutto per la sua linea di profumi che è un invito ad un viaggio inedito e sensoriale nella capitale lombarda; **Goldfield &**

Banks con le sue preziose fragranze unisex composte con pure essenze australiane; i profumi firmati **Jeroboam** nominati in Esperanto, idioma internazionale come lo è il linguaggio della seduzione; le contaminazioni ricche, intense, eterogenee, delle fragranze che sono opera di **THoO The House of Oud**. Lusso, naturalezza, innovazione, questo il trait d'union che caratterizza i brand asiatici dedicati alla skincare, tra i quali: Aromatica con i suoi blend cosmetici aroma-terapici; **Benton**, che s'ispira alla giovinezza sorprendente di Benjamin Button per i suoi prodotti healthy; **Klairs**, che fonde semplicità naturale ed alta efficacia; le maschere viso dal packaging emozionale di **PACKage**.

WHITE Glasses

Le sedi di Tortona 27 e Tortona 54 offrono anche una selezione accurata di brand del mondo eyewear. Un percorso d'eccellenza nell'universo dell'occhialeria, in termini di ricerca creativa, alta manifattura e visione innovativa, pensato per completare l'offerta legata all'accessorio. Tra le realtà presenti: **//DELIRIOUS** che, con i suoi occhiali di lusso privi di logo, perché definiti e valorizzati dalla qualità altissima delle materie, dalla lavorazione artigianale e dal design minimale, che ha vinto il primo posto dell'edizione 2018 del contest Who's On Next? nella sezione accessori; **EoE Glasses**, il brand svedese che crea collezioni dove la semplicità stilosa made in Sweden, incontra l'ispirazione alla bellezza selvaggia nordica, in unione alla sperimentazione pionieristica nelle montature organiche; l'originalità bohemian-chic degli occhiali francesi firmati **Pâquerettes Paris**; **Spektre Sunglasses** e il suo mix perfetto di street style ed eleganza applicato al made in Italy.

Tortona 31 | Opificio

Questa nuova area si articola in molteplici spazi composti da singole e autonome location di varie dimensioni che sono molto conosciute durante il salone del mobile, ma sono per la prima volta utilizzate da WHITE durante la fashion week per realizzare un percorso non fieristico, unico nel suo genere. Dopo solo tre edizioni il Tortona 31 si è notevolmente espanso su diversi spazi, grazie a diversi progetti speciali, pop up store aperti al pubblico di Fiorucci e A.F. VANDEVORST. In Archiproducts, oltre alla speciale collaborazione con il tradeshow olandese MODEFABRIEK che presenta una selezione di designer olandesi, è l'area di ricerca con lo **Special Project "The Belgian Focus": in sinergia con Flanders DC - Flanders District of Creativity**. WHITE ospita in Archiproducts una selezione accurata di sette brand provenienti dal Belgio, che vanno a comporre un'offerta womenswear eterogenea e completa, dall'abbigliamento alla calzatura, dalla pelletteria alla lingerie, fino al gioiello.

Grande spazio anche alle **aziende del Made in Italy**, simbolo dell'eccellenza tutta italiana, presenti nelle **aree Showroom 31** e **Interspazio**, fino a chiudere il percorso con le **showroom di Ilaria Nistri, forte_forse e Fila**.

Tortona 35 | Hotel Nhow

In un contesto definito dal design d'avanguardia, trovano posto collezioni contemporary e timeless, in un brand mix che ben bilancia proposte di abbigliamento e accessori, aziende italiane ed internazionali, label consolidate e nomi emergenti, tutte accomunate da una particolare attenzione dedicata anche al rapporto qualità-prezzo. Sono presenti marchi internazionali come **YAYA**, e proposte che uniscono design e moda quali, **Vila, 4ALL e Y.A.S – Your Apparel & Style**. Per settembre inoltre sarà uno spazio dedicato alla **moda lettone con una selezione di brand tra i più interessanti di un panorama ancora poco noto**. Con il supporto di MAGNETIC LATVIA, marchio nazionale della Lettonia con il quale l'Agenzia per gli Investimenti e lo sviluppo della Lettonia (LIAA) promuove i propri talenti sui mercati esteri, saranno presenti a WHITE i brand: **Nolo, Keta Gutmane, Zigi e Burbur**.

Da diverse edizioni il T35 ospita il **Premio Ramponi** che con l'iniziativa **Talent Ramponi** supporta i designer promettenti, accompagnandoli durante la presentazione delle loro creazioni e dando loro modo di interpretare il mondo Ramponi in tutte le sue sfaccettature. Per la **sua undicesima edizione è stato scelto Kiko Kintanar, classe 1993, di origine filippine**, che esalta e dialoga alla perfezione con i materiali ecosostenibili e naturali di Astarte, nuova acquisizione dell'universo Ramponi.

La location di Tortona 35 ospita anche la sezione **WHITE BIJOUX**: l'area dedicata al gioiello e agli accessori preziosi: una selezione in sinergia con Birik Butik, piattaforma online di scouting per il bijoux di ricerca, che propone un'ampia offerta di brand e jewelry designer internazionali e indipendenti, caratterizzati da un concept creativo di ricerca innovativa e una produzione di alta qualità artigianale. Tra i nomi presenti con la loro produzione pregiata: **Aka Jewellery**, con i suoi gioielli dalla duplice natura, al contempo oggetti d'arte e accessori dall'estetica minimale, studiata per essere funzionale; **Bjorg Jewellery**, le creazioni che sono un elogio dell'imperfezione e dell'ispirazione naturale, con l'uso di pietre preziose grezze, incastonate su superfici metalliche; i gioielli di **Fabio Cammarata** che s'ispirano alla levità dei tessuti e all'architettura dei volumi; le creazioni preziose che sono esclusive opere d'arte da indossare firmate **Lora Nikolova**; i bijoux di **Nadine S**, realizzati secondo il tradizionale know-how vicentino e disegnati per trasmettere eleganza, ironia e sentimento; **Noshi** con i suoi gioielli contemporanei, che nascono dall'antica arte dell'origami; i pezzi unici che fondono la leggerezza del pizzo e la concretezza del metallo pregiato firmati **Patricio Parada**.

Tortona 54 | Ex Ansaldo

L'archeologia industriale dell'Ex Ansaldo rappresenta lo scenario ideale per label di abbigliamento e accessori dall'identità smart, che offrono una proposta di stile grintosa, femminile e trasversale, organizzata in un percorso che comprende la Yellow Area, dedicata a collezioni creative, fun e colorful, e **White Studio presso Casabase**, dove vanno in scena le nuove generazioni del prêt-à-porter italiano. Al Tortona 54 sono anche aziende oggi presenti su scala globale come **Essentiel Antwerp**, riconosciuta per le grafiche e stampe floreali che oggi conta 55 negozi mono brand in giro per il mondo, 5PREVIEW che sceglie WHITE per celebrare il suo anniversario, **Gabs** che presenta il nuovo progetto Origabs, **Roy Roger's, AYBI, Green Factory, Hanami D'Or**, per citarne solo alcuni. E infine **Les Néréides Paris** con i bijoux fantasia, **NIÙ** (che significa nido in dialetto friulano, ma

anche nuovo letto in inglese) con la sua proposta total look tutto made in Italy che riflette differenti esperienze di viaggio tradotte in sete e cotone stampati, lane e jacquard etnici, fino allo stile hippie-chic dall'allure parigina con gli accessori di aziende francesi come **Petite Mendigote**.

Tortona 54 | WHITE STUDIO

Continua nelle stanze della Residenza Casa Base lo showcase che vede la **nuova generazione del ready to wear italiano**, da **Silvio Betterelli, Samboue, Cettina Bucca** fino a **3941 Milano, Beltepà, Caterina Moro** e **Lucrezia Kauffmann**. Come per le altre stagioni a ogni designer è abbinato un importante **store italiano**, che ne diventa l'ambassador promuovendone la collezione. A questa edizione sono top retail come **Penelope di Brescia, Bernardelli di Mantova, Nugnes 1920 di Trani, Degli Effetti di Roma, Gaudenzi di Riccione, Stefania Boutique di Matera, Tiziana Fausti di Bergamo e Lugano, Vitale di Crotone, Franz Kraler di Dobbiaco e Cortina**.

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

Milano, 6 Settembre 2018