

## GOLDEN GOOSE CELEBRA L'APERTURA DI HAUS TOKYO A GINZA CON UN EVENTO IMMERSIVO INCENTRATO SULLA CO-CREATION

**Tokyo, 10 Settembre, 2025** – Dopo il successo di HAUS Marghera, inaugurato durante la Biennale di Venezia nel 2024, e di HAUS Mexico City, aperto al pubblico nello stesso anno, Golden Goose porta la sua visione culturale in Giappone con l'apertura di HAUS Tokyo, nel cuore di Ginza.

Famosa per la sua architettura impressionante, le sue boutique di lusso, e l'equilibrio dinamico tra tradizione e modernità, Ginza offre un ambiente ideale per l'ultima espressione dell'identità di Golden Goose. Più che un semplice spazio retail, HAUS Tokyo è una piattaforma per l'esplorazione artistica, che incarna il DNA del Brand attraverso la dedizione all'artigianalità, alla comunità, e all'espressione di sé stessi.

Per celebrare l'apertura, il 10 settembre, Golden Goose ha organizzato un evento immersivo dedicato alla Co-Creation, riunendo alcune delle comunità, degli artisti e dei creativi più influenti di Tokyo per un percorso di un'intera giornata attraverso i quattro piani dello store. Ogni piano invitava gli ospiti a partecipare a esperienze sviluppate insieme a talenti locali. L'esperienza è iniziata con la personalizzazione delle tote bag in denim con un nuovo logo di HAUS disegnato dal graphic designer **Yu Miyama**, che ha anche reinterpretato il logo sulla facciata unendo il segno HAUS all'ideogramma giapponese “家” (casa). Serigrafate sul posto, le *tote bag* sono diventate il punto di partenza del percorso creativo di ciascun ospite.

Al secondo piano dell'edificio, l'attore **Ken'ichi Matsuyama** ha presentato dei *charm* in pelle in esclusiva di **Momiji**, il lifestyle brand fondato nel marzo 2022 in collaborazione con la moglie, attrice e modella Koyuki Katō. Focalizzandosi sull'*upcycling*, Momiji ha trasformato risorse scartate, ma ancora di valore, in creazioni significative che riflettono il loro impegno per la sostenibilità e per uno stile di vita orientato alla natura. Momiji ha inoltre offerto cinque stelle in edizione limitata e in materiali esclusivi, per il servizio di “*star change*”, rendendo ogni sneaker ancora più unica.

Al terzo piano, gli ospiti sono stati invece invitati a scoprire i *toy-charms* firmati **Tomoya Nakagawa**, artista che spinge si spinge oltre i confini del design usando tecnologie innovative tra nail art, SFX e 3D. Le sue collaborazioni variano da idol ad artisti, celebrità e grandi case di moda; le sue creazioni hanno aggiunto un tocco distintivo e futuristico all'esperienza.

# GOLDEN GOOSE

Durante tutta la giornata, il cibo e le bevande hanno celebrato lo spirito creativo di Tokyo. Lo **chef Kuroda di AC House** ha presentato piatti stagionali ispirati alle sue esperienze tra Italia e Scandinavia, reinterprestando la convivialità attraverso ingredienti giapponesi arricchiti da influenze internazionali. Le proposte beverage sono invece arrivate da **Kimino**, collettivo di agricoltori e produttori giapponesi, e da **Pernod Ricard**, leader globale nei liquori premium.

La festa si è poi spostata nel basement con una line-up di DJ curata da **Canteen Inc.**, collettivo che sostiene la crescita sostenibile di artisti e creatori e incarna l'avanguardia della scena creativa di Tokyo. Le performance di talenti emergenti come **DJ Dreamboy**, **ISLND** e **Miwa** hanno mantenuto alta l'energia, culminando in un after-party esclusivo nell'iconico listening bar **TOH**.

Tra gli ospiti principali, erano presenti: l'attrice Maika Yamamoto, Sho Kasamatsu, Dori Sakurada, la DJ e stylist di kimono Yulia Mademoiselle, l'attore Ai Takahashi e Marius Yo.

Golden Goose continuerà ad animare HAUS Tokyo con workshop e collaborazioni che reinterpretano l'artigianato giapponese attraverso una prospettiva contemporanea, creando ponti tra culture e consolidando HAUS Tokyo come destinazione retail e, allo stesso tempo, hub di creatività, comunità e Co-Creation.

## **Informazioni Su Haus Tokyo**

Distribuito su quattro piani per oltre 430 metri quadrati, HAUS Tokyo è uno spazio dedicato a cultura, arte e comunità. Ispirato alla cultura giapponese, riflette l'ethos della "*Perfect Imperfection*" di Golden Goose attraverso materiali naturali, asimmetrie e dettagli autentici. È un luogo di contrasti, unicità e continua evoluzione.

Golden Goose ha collaborato con creativi giapponesi per definire l'identità di HAUS Tokyo. Il graphic designer Yu Miyama ha reimmaginato il logo HAUS sulla facciata, unendolo all'ideogramma giapponese "家" ("casa"). L'artista Mika Kamakura ha firmato grafiche originali presenti in tutto lo store, mentre il brand emergente di remake denim Yamasawa Press ha realizzato in esclusiva un tappeto patchwork in denim. Il ceramista Yosuke Kojima ha fornito pezzi fatti a mano esposti nello spazio.

Il piano terra coinvolge i clienti in un mix immersivo di Co-Creation, cultura e artigianalità. Una vetrina appariscente, ispirata ai tradizionali negozi di souvenir,

# GOLDEN GOOSE

attira i clienti in un ambiente dove pareti in cemento incontrano elementi in legno che richiamano casse da spedizione—un omaggio al viaggio da Venezia a Tokyo. Al centro, un grande tavolo di legno invita ad entrare nel processo creativo, servendo da hub per le esperienze di Co-Creation, dove si collabora con i Dream Makers e gli artisti per personalizzare sneaker, capi e accessori, usando diverse tecniche come pittura a mano, ricamo, e la nuova serigrafia. Dedicato all'artigianato e alla ricerca, questo piano celebra il fatto a mano e l'espressione creativa locale—dove tradizione e innovazione si incontrano e ogni oggetto racconta una storia. Lo spazio rende omaggio alla tradizione giapponese con dettagli dal gusto vintage, promuovendo partecipazione e dialogo.

Il secondo piano è interamente dedicato alla sartoria uomo, mettendo in mostra la precisione e la disciplina del *savoir faire* giapponese. Un design minimalista e maschile—legno bruciato, toni scuri, e accenti metallici—crea l'atmosfera per un luogo in cui tradizione e ricercatezza moderna si incontrano.

Il terzo piano cambia tono con un'atmosfera calda e femminile che celebra la sartoria femminile, la creatività e l'individualità. Le finiture in legno rendono lo spazio accogliente; dove i clienti possono personalizzare capi e accessori dando forma alla propria visione. Il piano ospita anche il Ready-to-Wear donna, accessori e sneaker, presentati con cura ed eleganza.

Nel seminterrato, la *Listening Room* accoglie i visitatori in uno spazio intimo e rilassante, pensato per stimolare i sensi. Qui i vinili suonano in sottofondo accanto a pezzi d'Archivio curati, che raccontano il percorso di Golden Goose in Giappone: sneaker, stivali, giacche in pelle in edizione limitata e creazioni esclusive realizzate su misura.

Accanto, lo *shop* propone la capsule esclusiva lanciata a Marghera - oggi ampliata e disponibile soltanto in queste due sedi - insieme alla capsule HAUS Tokyo in edizione limitata, pensata appositamente per lo store e arricchita da collaborazioni con brand locali come le fragranze Arbor e i prodotti per la cura delle mani di Rustic.

Golden Goose continuerà ad animare lo spazio con workshop e attivazioni culturali che valorizzano il patrimonio artigianale giapponese, reinterpretando tecniche tradizionali attraverso una prospettiva contemporanea e favorendo il dialogo tra culture. Lo store ospita inoltre le ultime collezioni uomo e donna, sneaker, accessori, borse e creazioni in edizione limitata.

HAUS Tokyo ha aperto a luglio 2025, a Ginza, in 5-4-7 Ginza, Chuo-ku, Giappone.

# GOLDEN GOOSE

## **Informazioni Su Golden Goose**

Golden Goose è un'azienda globale di lusso di nuova generazione, fondata sulla passione per tutto ciò che è "perfettamente imperfetto", autentico e unico.

Nato nel 2000, il Gruppo opera all'intersezione tra lusso, lifestyle e sportswear, ed è specializzato nella ideazione, progettazione e distribuzione di sneakers, alcune delle quali sono diventate icone sul mercato, nonché di abbigliamento, borse e altri accessori. Alta qualità, attenzione ai dettagli e un look "lived-in" sono diventati i tratti distintivi di Golden Goose.

Con l'ambizione di portare la tradizione della qualità e dell'handmade italiano nel mondo, il brand sposa artigianalità e manifattura "Made in Italy", creando prodotti che combinano la vestibilità italiana con un tocco urban vintage. Oggi Golden Goose, i cui prodotti generano una profonda risonanza in una nuova generazione di consumatori del lusso, conta una community di 2 milioni di Dreamers. Golden Goose è presente nelle Americhe, in Europa, Medio Oriente e APAC, con 225 negozi e una forte distribuzione online e wholesale.