

Appuntamenti

WSM cambia le regole della moda e diventa polo della cultura street

Con White Street Market nasce un nuovo concetto di salone che connette aziende, buyer internazionali e consumatori finali. Tra i protagonisti ci sono realtà internazionali come adidas Originals, Sergio Tacchini, G-Shock, Patagonia e Fair Play La Martina. Domenica l'evento charity a favore di Only the brave Foundation

White Street Market debutta negli spazi Ex-Ansaldo / Base con trenta marchi che definiscono la nuova idea di street e sportswear. Il progetto, ideato da White in collaborazione con Paolo Ruffato e Walter D'Aprile, è destinato a segnare una svolta cruciale sul tema delle esposizioni fashion. Primo esempio italiano di salone B2B-B2C, l'appuntamento ha convinto il Comune di Milano che vede nell'avvicinamento degli eventi fashion al pubblico finale un'opportunità importante per la Città e per tutto il sistema moda. «White presenta tre giorni di appuntamenti che per l'economia di Milano sono il simbolo stesso dell'immagine della nostra città, capaci di coniugare cultura, ricerca, gusto e innovazione», ha spiegato l'assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività Produttive, Moda e Design del Comune di Milano, Cristina Tajani, «con il nuovo format White Street Market rinnoviamo il nostro impegno a sostegno della valorizzazione della moda e dei giovani talenti, con un occhio attento soprattutto ai millennials e al loro particolare modo di intendere lo stile oggi, sempre più fatto di collezioni co-ed e vissuto attraverso social e nuove formule. White Street Market anticipa tutto questo grazie alla costante ricerca di nuovi linguaggi espressivi». Nel dettaglio l'evento è molto più di una nuova formula espositiva e si traduce in un festival contemporaneo, dove moda, arte e musica sono le componenti essenziali per raggiungere un pubblico in costante evoluzione come quello della generazione Y. Così a promuovere il progetto ci sono, da un lato, big del calibro

di adidas Originals, Sergio Tacchini, G-Shock e Fair Play La Martina; dall'altro, realtà emergenti come Gabber Eleganza e White Walls Worldwide. Sono poi due i temi chiave del progetto, subculture e sostenibilità, che fotografano il domani, attraverso iniziative esclusive e progetti trasversali che vanno dal sound design a cura di Club to Club, alla sensibilizzazione nei confronti del territorio con Patagonia che svela la campagna Blue Heart a sostegno dell'area balcanica. Non solo, White Street Market è destinato a fare scuola anche per un palinsesto di eventi collaterali di tutto rispetto. Dal debutto italiano di Sneakerness, la principale piattaforma di reselling specializzata sul segmento scarpe da ginnastica, la mostra Within the subcultures by Getty Images e l'evento charity organizzato da Massimo Sabbadin - Bad Spirit a favore di Only the brave foundation che domenica metterà all'asta otto Bearbrik customizzati da personalità come Aleandro Roncarà, Marco Lodola, Lacuna Coil, CrazyTown, Marky Ramone feat Wardogs, M-ojo'Rising, Bad Spirit, Serena Conti e Bad Spirit x White. Il ricavato dell'asta sarà devoluto alla Onlus Piccolo Principe di Busto Arsizio. White Street Market porta il concetto di fiera in una nuova dimensione, dove per la prima volta buyer e consumer saranno protagonisti di un evento esperienziale dove convivono cultura, moda, arte e musica. Un Fuori Salone fashion che permetterà al pubblico di venire a contatto in modo diretto che i marchi del mondo street e sportswear, mentre i compratori potranno fare benchmarking sull'impatto effettivo di un brand sui consumatori e intercettare così le tendenze e le esigenze finali di chi alla fine rende possibile.



Nell'immagine la capsule realizzata da Sergio Tacchini e Andrea Crews per White Street Market



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.