



Le White Street Market séduit exposants, public et acheteurs

Beau début pour le « White Street Market ». Ce salon hybride accueillant acheteurs et grand public autour de l'univers du sport et du streetwear a marqué un départ en fanfare lors de la Semaine de la mode masculine de Milan qui s'est achevée lundi, attirant 8 800 visiteurs en trois jours.



Les teenagers se sont précipités au White Street Market - FashionNetwork.com ph DM

Certes, la formule doit s'étoffer et se perfectionner, mais elle a fait l'unanimité auprès des exposants, des acheteurs, tout comme du public. « Nous étions présents pour la première fois au White et nous avons beaucoup apprécié cette initiative, très innovante. Surtout avec la possibilité de vendre directement au consommateur. Nous avons noté une grande curiosité auprès des visiteurs. Ce début nous a semblé excellent, même s'il faudrait peut-être ajouter quelques marques phare », observe Luca Pizzuti, référent commercial pour le label de chaussures Pony.

Installé au numéro 54 de la via Tortona, dans l'ancien établissement industriel des aciéries Ansaldo, juste en face du salon de mode et d'accessoires White, qui est à l'origine du projet, ce salon d'un genre nouveau a réussi à réunir une trentaine de noms entre jeunes labels créateur et grandes marques comme Adidas Originals, G-Schock et Patagonia, souvent présents avec des projets spéciaux.

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

Ainsi, Adidas a présenté son nouveau modèle de sneaker POD Système, tout en proposant un atelier de personnalisation de sacs qui n'a pas désempilé. De son côté, Sergio Tacchini y a dévoilé sa collaboration avec Andrea Crews.



Le EWhite Steet Market a fait la part belle aux sneakers - FashionNetwork.com ph DM

Mais l'on pouvait aussi découvrir des stands plus insolites comme un atelier de fabrication de surfs ou un espace dédié à la promotion de consoles de jeux, organisé par le studio de design PPW en charge du développement de la marque Sneaker Invaders. « C'est un bel espace et la situation idéale pour exprimer le concept du street, qui a du mal à se faire entendre en Italie », commente Giulia Sturla, de l'agence PPW.

Même son de cloche de la part d'Aberto Ferrante, titulaire de la boutique Eraldo, près de Venise : « Ce salon est une évolution positive car il ouvre une fenêtre importante vis-à-vis du public. Le monde de la mode a toujours été fermé. Or ici, on trouve la typologie des personnes qui dépensent le plus dans nos boutiques. Certes, c'est un début, mais avec un grand potentiel ».

De fait, au détour des stands, on note des groupes de teenagers apparemment ravis de voir autant de modèles de sneakers ! Tous ont été alertés par les réseaux sociaux et ont décidé de venir voir sur place. « Il y a plein de trucs sympas. C'est vraiment chouette. Evidemment, on va voir si on a le budget pour acheter quelque chose », glisse Tommaso, 16 ans.

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)



Le White Street Market, un salon autant pour découvrir que pour s'amuser - FashionNetwork.com ph DM Bianca, 17 ans, a déjà craqué pour une paire de Converse « en édition limitée ». « Pour ceux qui aiment le street, c'est super. J'ai pu découvrir ainsi les propositions de Big Soup, un revendeur spécialisé de Rome », dit-elle dans un grand sourire.

Entre tournois de ping-pong, concerts, bars, animations diverses et conférences, sans oublier une longue table équipée de consoles de jeux en libre accès... Tout a été fait pour rendre le White Street Market interactif et ludique.

« L'espace est intéressant et c'est une bonne idée. Il a attiré des gens de qualité, intéressés par la street culture et passionnés de mode, notamment beaucoup d'Asiatiques. Mais le lieu me semble davantage axé sur la communication et l'exposition que sur la vente », analyse de son côté Michelina Miccio.

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)



Un sweater artistique de la jeune marque allemande Speaking Garments - FashionNetwork.com ph DM
Cette italo-Allemande, qui a longtemps travaillé à la direction de la communication chez Replay et Diesel, est venue présenter au White Street Market « Speaking Garments », une marque de niche qu'elle a lancée l'an dernier de vêtements intemporels entièrement réalisés avec des artistes dans un total processus de collaboration créative.

« C'est une expérimentation pleine d'énergie. Les entreprises ont été ravies car elles veulent dialoguer surtout avec les jeunes. Je me suis inspiré clairement du Salon du Meuble, qui est un must à Milan, en cherchant à mélanger le B2B et le B2C », conclut Massimiliano Bizzi dans un grand sourire,

Le fondateur de White a notamment monté ce projet avec Paolo Ruffato, le fondateur et directeur général de l'agence de communication milanaise Probeat Agency, et Walter D'Aprile, cofondateur de nss magazine et de l'agence de communication digitale spécialisée dans le streetwear nss factory.