

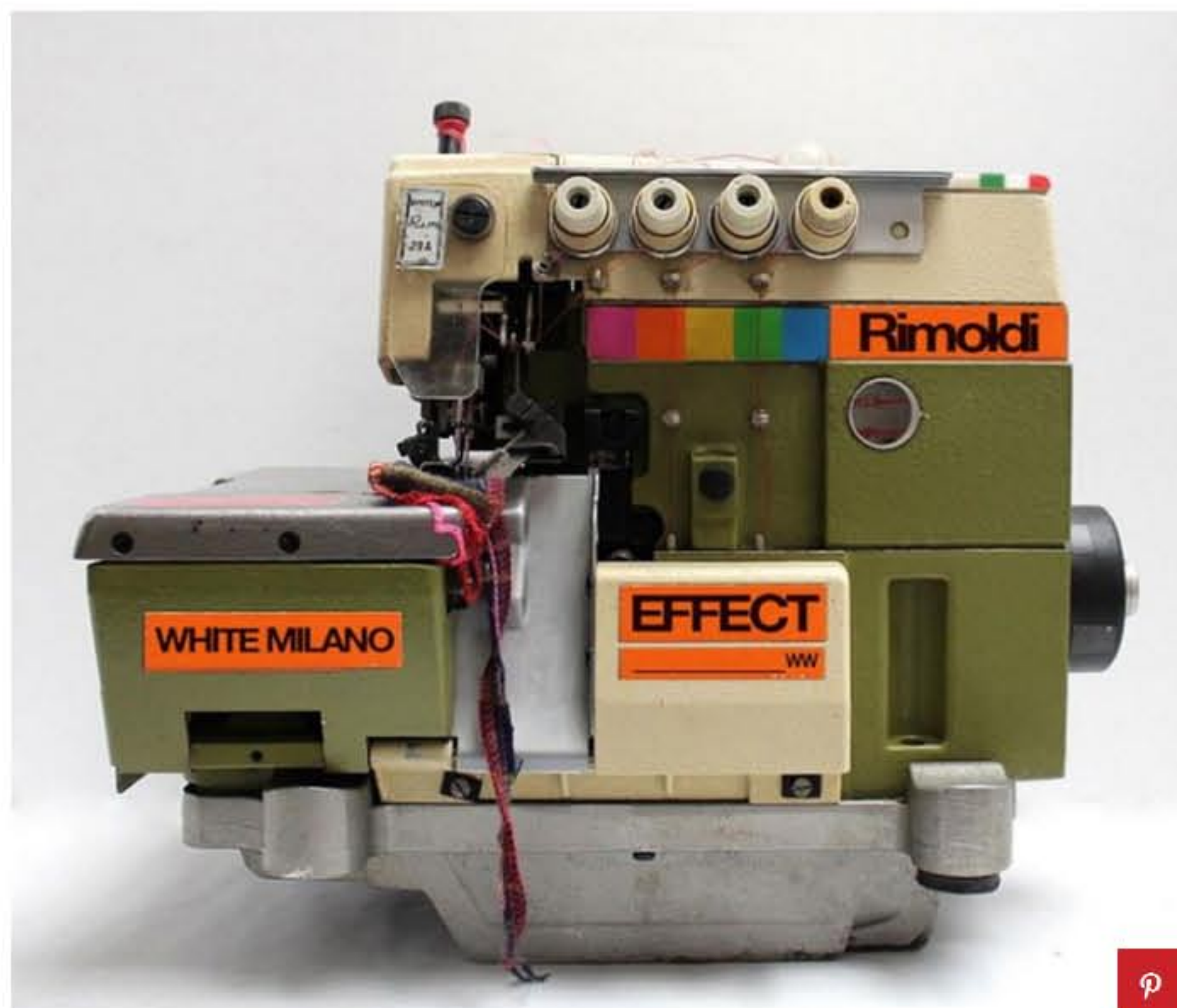
NASCE A MILANO WHITE STREET MARKET: IL FORMAT PIÙ INNOVATIVO PER LO STREETWEAR E LO SPORTSWEAR

Eventi, concerti e workshop per il primo fuorisalone della moda

Di Redazione Digital 14/06/2018



Subculture e sostenibilità. Quando due massime come queste si fondono, allora si parla di certo di qualcosa di avveniristico e innovativo. Si parla di **White Street Market**, il nuovo format aperto al pubblico dal 16 al 18 Giugno a Milano all'Ex Ansaldo | Base in via Tortona 54 per lo sportswear e lo streetwear. Pensato come un fuori salone della moda, **White Street Market** è una grande opportunità per le aziende che potranno incontrare buyer e consumer, ma anche vendere direttamente ai consumatori. Subculture è la prima tematica abbracciata da questa iniziativa, il cui obbiettivo è celebrare e unire gruppi di persone accomunate dalla medesima passione. Per spiegare meglio questo concetto è stata allestita la mostra *Within the subcultures* by Getty Images, unisce le foto di subculture differenti con dei focus specifici su Punk, Mods, Teddy Boys, Breakdance e Skateers. Sostenibilità è la seconda parola chiave di questo evento, e sottolinea la necessità di un'esistenza sostenibile e l'incoraggiamento al design e ai progetti volti al benessere del globo. Brand sostenitore di questo pensiero è Patagonia, che con la campagna *Blue Heart*, si impegna attraverso un talk e una raccolta di firme a fermare gli oltre 3000 progetti idroelettrici proposti per la regione balcanica, che causerebbero un disastro ambientale. Un altro marchio green emergente presente è WRAD, fondato da Matteo Ward, Silvia Giovanardi e Victor Santiago che presenterà in Tortona 27 in esclusiva internazionale la Mint Fiber, una fibra ricavata dalla menta.



Lo scopo di **White Street Market** è quello di proporre collezioni ma anche workshop, mostre ed eventi musicali all'interno del Tortona Fashion District. Gli sviluppatori di questo progetto speciale, sono stati Paolo Ruffato, fondatore di Probeat Agency, che ha affermato: "**White Street Market** rappresenta un'evoluzione del concetto di fiera. Buyer e consumer che interagiscono, il tutto in una dimensione di evento dalla forte connotazione culturale dove moda, arte, food e talk si fondono per dare vita ad un'esperienza unica." e Walter D'Aprile, Cofounder & CEO di nss factory, che ha definito **White Street Market** come "Il punto di partenza per dare finalmente a Milano la moda che gli spetta. Un momento di legame diretto con la città e con chi la vive ogni giorno".

Un'iniziativa audace come questa non poteva non destare l'attenzione di grandi brand come Adidas, G-Shock, Patagonia e Sergio Tacchini, ma anche Gabber Eleganza, Fair Play La Martina, White Walls Worldwide, che hanno deciso di collaborare al progetto. Adidas Originals in particolare, presenta un'installazione: una nuova silhouette ispirata alla memoria collettiva e perfezionata grazie a un mix di tecnologie e di progettazione.



Con lo scopo di creare una realtà multisensoriale e interattiva, **White Street Market** ha coinvolto alcuni partner, come Club to Club (festival italiano di musica elettronica), che curerà il sound design attraverso l'organizzazione di concerti e dj set. Tanti altri gli avvenimenti, come l'asta di beneficenza organizzata con Ground Zero Project by Massimo Sabbadin - Bad Spirit a favore di Only The Brave Foundation, che destinerà il ricavato all'onlus Piccolo Principe, o le mostre fotografiche in collaborazione con Ricky Powell.

A contribuire a questo progetto speciale Radio DeeJay, per la promozione radiofonica e digitale, Rolling Stone, per il live coverage sui social, e Video Games Party che allestirà una gaming area.

Gli studenti di NABA – Nuova Accademia di Belle Arti, indirizzo fashion design infine, avranno la possibilità di interfacciarsi con professionisti della moda, diventando protagonisti di un momento didattico unico e formativo durante la giornata del 18 Giugno.