

Shows

GcDs, dall'e-world al wholesale

Nasce nel 2010 l'universo creativo **GcDs-God can't destroy streetwear**. Il marchio che fa capo a **Giuliano Calza** e **Walter d'Aprile** è partito sull'onda dell'estetica legata al mondo clubbing rivelandosi un vero fenomeno grazie alla forza del new media. Online da aprile 2014, GcDs in sei mesi ha raggiunto 120 mila contatti su Instagram. Realtà squisitamente online, il marchio propone capsule collection rinnovate ogni tre mesi di cui elementi signature sono le felpe e le T-shirt stampate, «La nostra forza sta nella community che ci ha scoperto e ci segue assiduamente», ha spiegato a **MFF Calza**, Ospite dell'ultima edizione di **White** nell'ambito della sezione Wow 0.15 curata da **Highsnobiety**, il brand è pronto per testare nuovi mercati. «Anche grazie a questa esperienza presso il White saremo presenti in più retailer fisici in target con noi, come da **Boom** in Corea», ha concluso Calza. (riproduzione riservata)



Barbara Rodeschini

