

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

