



► 15 gennaio 2019

Un pool di creativi per ripensare lo scarponcino

Al salone White (aperto al pubblico) il progetto di Timberland fra social ed ecologia

Si è rivelata vincente l'idea White versione Street market (nel senso di piattaforma dedicata a brand street, sportwear e fashion) di aprire al pubblico, oltre agli operatori di settore. Un modo per coinvolgere i potenziali consumatori nei nuovi progetti, creare empatia. Daniel Bailey è il direttore creativo incaricato da Timberland di scovare in giro per il mondo un gruppo di giovani in grado di ripensare una nuova generazione di scarponcini da realizzare nella fabbrica del brand americano situata nella Repubblica Dominicana. «Timberland Construct 10061 è il progetto che ogni sei mesi

Influencer

● Tanti gli influencer passati al White street Market: lo sneaker designer Salehe Bembury, la cantante Rochelle, il modello Callum Mullin, le sorelle dj giapponesi Amiaya, il rapper Ghemon

permette di lanciare una capsule. Le calzature vengono poi selezionate anche tramite Instagram. Si testa l'impatto con il pubblico», spiega Daniel arrivato al salone di zona Tortona con il «Mini me», la sua miniatura: «L'ha realizzata all'uncinetto la mia fidanzata», ride.

Ha conosciuto tramite Instagram anche Helen Kirkum, la creativa arrivata con lui a Milano. Mostra fiero la sua creazione: lo scarponcino dei Paninari versione patchwork e sostenibile: «È realizzata con le scarpe usate dei bambini», racconta. «White Street Market: fashionreboot», il salone di zona Tortona, è la prova che la moda sta cambiando. Centinaia di giovani hanno assistito allo show delle skater. Moda e spettacolo hanno fatto chiudere il salone milanese patrocinato da Comune, Mise e Ice con 14.797 visitatori.

M.T.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Daniel Bailey e Helen Kirkum al White Street Market. Sopra una scarpa del Rethinking Footwear design |

