

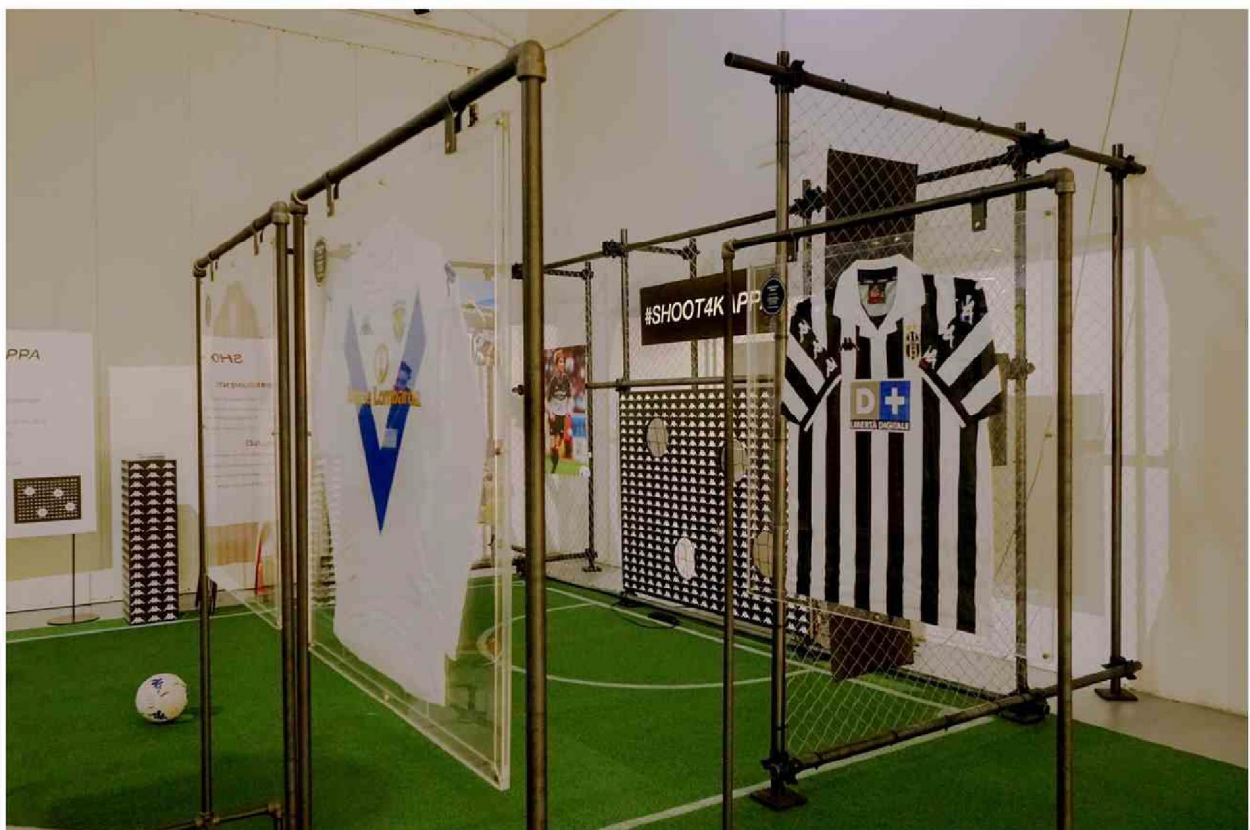
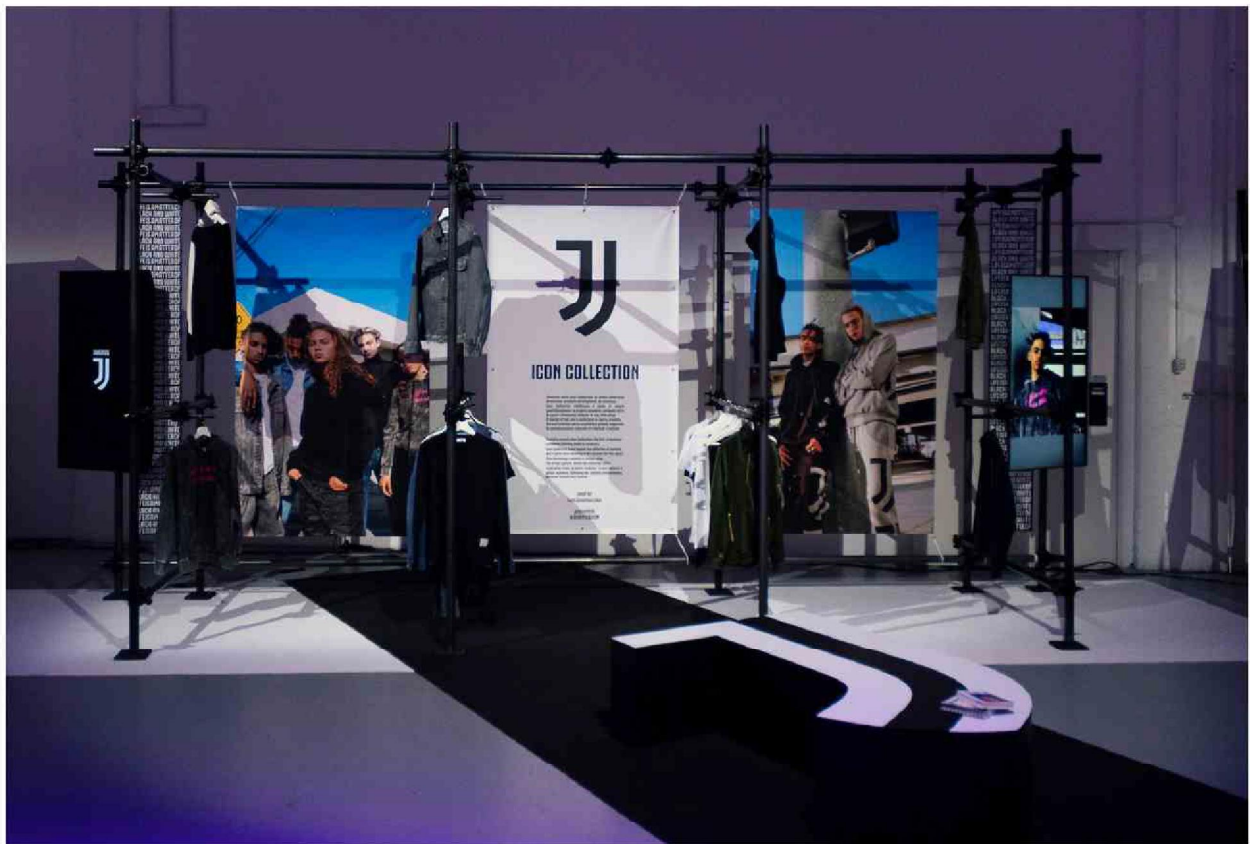


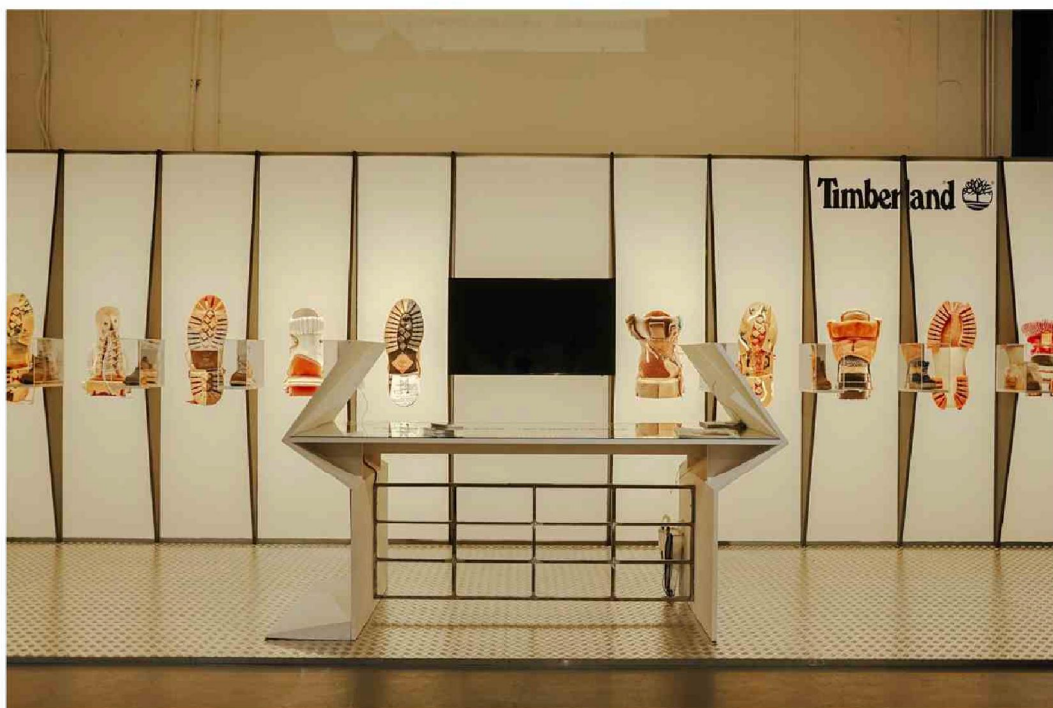
Tutto quello che è successo al White Street Market

nssmag.com/it/reportage/17352/white-street-market-milano-2019



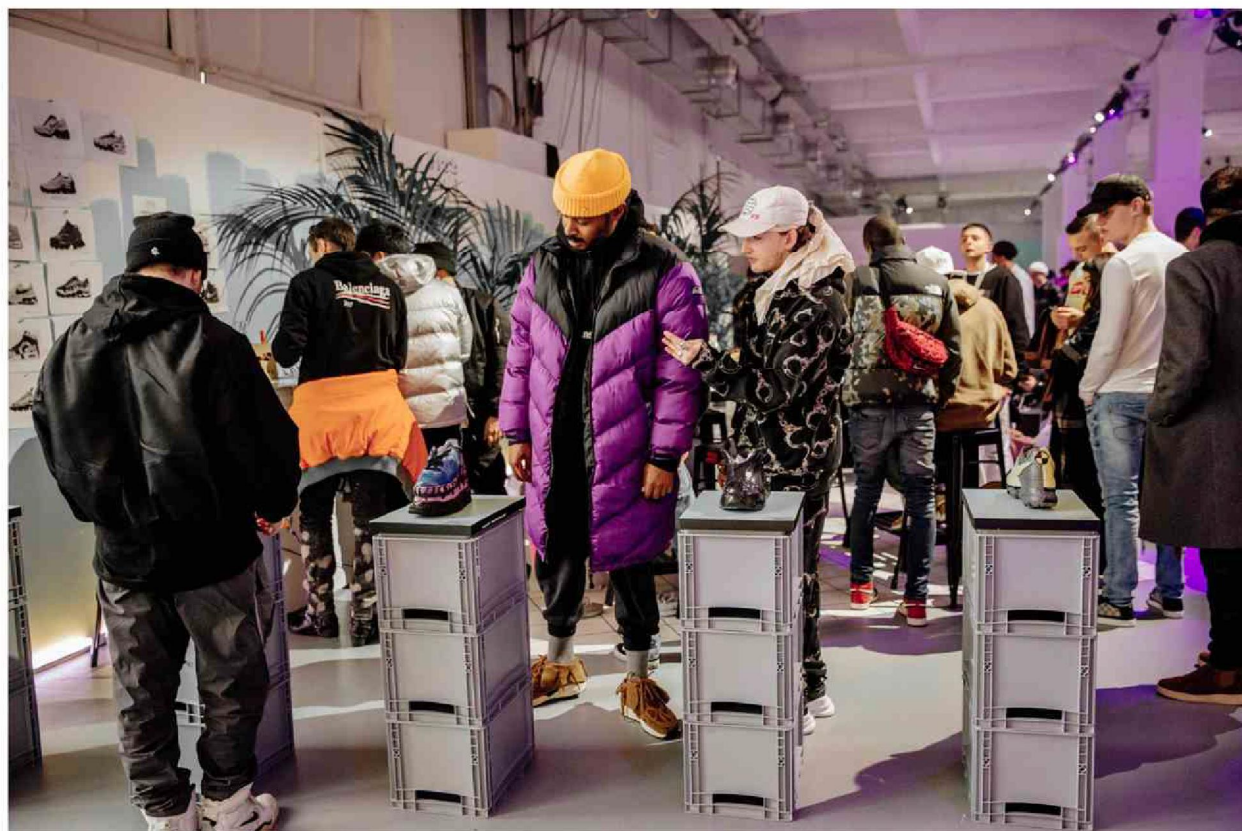
Si è conclusa la seconda edizione di **White Street Market**. Il peso dell'evento si spiega con le numerose anteprime, dalla presentazione ufficiale della **Icon Collection**, la prima collezione streetwear della **Juventus**, alla mostra delle maglie dell'archivio storico di **Kappa**, ma anche l'anteprima europea di *Skate Kitchen*, il film dedicato alla scena skate femminile di New York. Milano ha indossato uno dei suoi vestiti migliori, si è dimostrata attuale e agile, e i workshop, durante tutti i tre giorni di evento, sono la prova della ricerca di nuove forme di creatività. Tra questi anche quello di **nss kicks**, che ha incuriosito, uno dei più famosi designer di sneaker al mondo, **Salehe Bembury**.





L'evento rispetto alla scorsa edizione si è spostato a **Superstudio Più**, un open space che ha aiutato a superare i limiti dei singoli stand, creando un'ambiente trasportante, con luci e un djset ipnotico e costante. Il filtro applicato all'evento era quello dal **calore anni '90**, stretto intorno all' **half-pipe** posto al centro del salone principale e alla cultura della tavola, vero *fil rouge* dell'edizione. In questo senso i protagonisti sono stati i collettivi **Bastarde Senza Gloria** e **Skate Kitchen**. Brand storici come **FILA**, **arena Icons**, **New Balance**, **Timberland** o **Dickies** hanno creato un interessante mix con nuovi interessanti progetti come *nana-nana*, **Fantabody** e la collezione di nss sports **Les Vêtements de Football**.





White Street Market è stata una vetrina per compratori e appassionati - in totale **14.797** presenze da tutto il mondo - ma anche un momento in cui riflettere sull'antropologia della moda a Milano e su come le subculture stiano influenzando le tendenze. A questo proposito nell'**area talk** si è parlato di sostenibilità, di consapevolezza e del rapporto tra calcio, fashion e società. Senza porsi come faro, White Street Market ha aiutato ad amalgamare una fascia di appassionati, che hanno risposto con entusiasmo. "Milano deve continuare a credere in questo progetto" come ha dichiarato **Massimiliano Bizzi**, il fondatore di White Street Market.