

Il successo della seconda edizione di White Street Market



Dopo l'edizione di giugno, l'evento fashion è tornato ad animare gli spazi di Superstudio Più in via Tortona a Milano con workshop, attività, anteprime e tante novità. Circa 15mila le presenze registrate nei tre giorni

18 JAN, 2019

di LAURA SCAFATI

Ancora una volta la moda ha fatto centro radunando ben **14.797 visitatori** alla seconda edizione di **White Street Market**, evento dedicato all'universo fashion e alla street culture con particolare focus sulla sostenibilità. Patrocinato dal comune di Milano e organizzato da White con Probeat Agency e nss factory, è stata occasione di **confronto, workshop, mostre e anteprime**.

Durante i tre giorni, **dal 12 al 14 gennaio**, gli spazi di Superstudio Più di via Tortona a Milano hanno infatti accolto addetti ai lavori e pubblico che hanno potuto partecipare alle numerose attività in calendario grazie alla partecipazione di un ricco panel di fashion brand presenti.

Da **Fila a Timberland**, da **Kappa a New Balance** e ancora Dickies, Daily paper, Iuter e tanti altri. Tra gli appuntamenti da segnalare l'incontro tra arte e cultura sostenibile grazie alla partecipazione di Cittadellarte-Fondazione Pistoletto, l'evento di Fashion Film Festival di Milano e il progetto charity Mashup Mind per OTB Foundation.

«Finalmente – commenta **Francesco Tombolini**, neopresidente della Camera Italiana Buyer Moda – un evento che mette al centro di tutto il consum-attore, costruisce un nuovo processo di identità e una nuova esperienza di acquisto e immaginazione, valorizza il brand e la sua proposta. Milano deve credere in questo evento, potente medicina per il rinnovamento della moda italiana».





