



► 11 giugno 2019

AL SUPERSTUDIO PIÙ

LA TERZA VOLTA DI WHITE STREET MARKET

Appuntamento dal 15 al 17 giugno in via Tortona per l'evento unico nel suo genere in Italia, basato sulla formula business & consumer. Tra i protagonisti Vivienne Westwood, al centro di un happening variegato e trasversale

DI ALESSANDRA BIGOTTA

Moda, cultura, contaminazioni: dal 15 al 17 giugno torna alla ribalta **White Street Market**, evento unico nel suo genere nato dalla sinergia tra **White, Probeat Agency** e **Nss Factory**. Al momento di andare in stampa sono distillate con il contagocce le informazioni su questa terza edizione, con la quale gli organizzatori puntano a una formula diversa da tutte, che ibrida il B2C con il B2B. Il secondo appuntamento, lo scorso gennaio, aveva fatto centro con i suoi 60 espositori ma soprattutto con un'affluenza di quasi 14.800 visitatori, contro i circa 9mila del debutto, senza contare le 466mila impressioni sui social, lievitate anche grazie al coinvolgimento di alcuni influencer. Vedremo se stavolta la manifestazione farà ancora meglio, mettendo al centro i cosiddetti consumatori, giovani e meno giovani, che di una kermesse vogliono essere protagonisti e non semplici fruitori.

Intanto, dando un'occhiata alla prima parziale lista degli espositori, quello che balza all'occhio è ancora una volta la loro trasversalità, a comporre un puzzle eterogeneo e proprio per questo stimolante. Si va da **Aquafil**, realtà di spicco nell'ambito delle fibre man made, a **Candiani**, lo specialista del denim che in oltre 80 anni di attività non si è mai tirato indietro sul fronte dell'innovazione e per questo è rimasto sulla cresta dell'onda nel suo settore. Riflettori accesi anche su **Enclave Monarchy**, brand danese fondato dal giocatore



Tre immagini delle scorse edizioni di White Street Market: l'affluenza a gennaio è stata di 14.800 persone

di pallavolo **Michael Damgaard Nielsen**, sulle proposte "in the mood for aerobics" di **Fantabody**, nate da un'idea della fashion photographer **Carolina Amoretti**, sulla label ispirata ai movimenti urbani **Human With Attitude**, direttamente dalla Francia, e su una realtà pioniera nella sostenibilità come **Freitag**. Da segnare in agenda anche lo streetwear di **Vanta Design Studio**, personalizzato da **Carlotta Robbe Di Lorenzo**, le declinazioni sul tema utility di **Ottomondi**, il ritorno della **Fondazione Pistoletto** e molto altro, compresa "the queen", **Vivienne Westwood**, che ben oltre le 70 primavere è più che mai a proprio agio in mezzo ai giovani e a chi sperimenta formule fuori dal coro. ■