

PLEASE CONSIDER THE ENVIRONMENT BEFORE PRINTING THIS PAGE.

[HTTPS://FASHIONUNITED.IT/](https://fashionunited.it/)

[/NEWS/FIERE/BIZZI-WSM-INIZIA-IL-RINNOVAMENTO-DELLA-FASHION-WEEK-MASCHILE/2019061819853](https://fashionunited.it/news/fiere/bizzi-wsm-inizia-il-rinnovamento-della-fashion-week-maschile/2019061819853)



FIERE

Bizzi (Wsm): "inizia il rinnovamento della fashion week maschile"

Scritto da Isabella Naef | Martedì, 18 Giugno 2019

La prima edizione estiva di White street market, Wsm, ha mostrato "una leggera differenza rispetto a quella invernale, ma non è possibile il confronto con l'edizione di giugno 2018, in quanto Wsm era solo una piccola sezione del salone", hanno sottolineato gli

organizzatori della kermesse, in una nota.

L'edizione che si è conclusa ieri, a Milano, ha puntato molto sulla sostenibilità.

Un collettivo olandese ha messo in scena micro-mondi sostenibili

Wsm ha coperto 10mila metri quadrati di superficie espositiva. Tra i marchi presenti anche Converse, Foot Locker, Fila, Vivienne Westwood, Freitag e Candiani Denim. In particolare l'irriverente, audace e ribelle di natura Vivienne Westwood ha portato alla kermesse milanese il suo impegno sociale attraverso un'installazione che, tra alberi e frasi famose, ha presentato le Slogan Tee, a partire dal famosissimo: "buy less, choose well, make it last" che in italiano vuol dire "compra meno, scegli meglio e fallo durare", e anche la co-lab 24 Bottles x Vivienne Westwood.

Converse, invece, ha selezionato giovani creativi con due elementi in comune: rinnovamento creativo ed eco-sostenibilità. Da qui la scelta di coinvolgere i due artisti Red e ApJp. Rediet, durante la giornata del 15 giugno, per una performance nello spazio Converse, creando una tela da scampoli di canvas di vecchie Chuck Taylor e plastica cestinata.

Presente anche il brand svizzero Freitag, nato nel 1993 dai due graphic designer Markus e Daniel Freitag, che crea borse e accessori utilizzando vecchi teloni di camion, camere d'aria usate e cinture di sicurezza.

Un collettivo olandese, presente grazie al sostegno dell'ambasciata e del Consolato generale del Regno dei Paesi Bassi, ha messo in scena micro-mondi sostenibili, come quello di Gumshoe & Xplct Studio, le cui soles delle scarpe sono ricavate dalla gomma da masticare raccolta e riciclata o Flocus, che attira l'attenzione sulle tinture ricavate da microorganismi.

"Siamo all'inizio di un cammino che porterà al rinnovamento della fashion week maschile", ha affermato Massimiliano Bizzi, fondatore di White, "sono felice che si sia creata una squadra con Confartigianato Imprese, Mise e Ice Agenzia. È un team che sta dando il massimo e mi entusiasma

la strada che Wsm ha intrapreso e che parla al consumatore finale, con la formula del business to consumer.

Foto: L'installazione di Vivienne Westwood al Wsm, dall'ufficio stampa White

