



PININFARINA SEGNO CELEBRA
LEONARDO DA VINCI CON
L'ESCLUSIVA COLLEZIONE
LEONARDO500TH

BONGIORNO
e magazine

SILENT DAY, UN VIAGGIO
ATTRAVERSO I SENSI NEI 4
ELEMENTI



Menu ≡

WSM CON FASHIONREBOOT E GIVE A FOK-US GUARDA A SOSTENIBILITÀ E CULTURA

FIERE

18 GIU, 2019



WSM punta su cultura e sostenibilità, impegnandosi con progetti innovativi che dialogano con il futuro e che parlano alle nuove generazioni. L'evento, on stage con il patrocinio del Comune di Milano, è stato realizzato in collaborazione con Confartigianato Imprese e grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e ICE Agenzia.

La prima edizione estiva di WSM mostra una leggera differenza di presenze 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. Da sottolineare l'elevata qualità dei buyer presenti, del calibro di: Montaigne Market-Parigi, La Maison Simon-Quebec, Barney's Japan, Isetan-Tokyo, The Swank Shop-Hong Kong, Rubaiyat-Jedda, Beymen-Istambul, Pointure-Beirut, LF Raum-Seoul, Flavour-Copenhagen, Takashimaya-Tokyo, CntrbndToronto, Labels-Sittard; mentre dall'Italia si segnala la partecipazione di Rinascente, Biffi, Sugar, Penelope, Tessabit, Spinnaker, tra gli altri.

«Siamo all'inizio di un cammino che porterà al rinnovamento della fashion week maschile – dichiara Massimiliano Bizzi, founder di WHITE – e 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 B2C. Inoltre, aver affrontato un tema come la sostenibilità e aver avuto partner del calibro dell'ONU, di Fashion Revolution e di Fashion For Good è stato di buon auspicio; sicuramente il successo dei talk e delle attività svolte dimostra che è un percorso che, nel lungo periodo, potrebbe dare ottimi risultati».

Non solo brand come Vivienne Westwood e Candiani Denim in prima fila per la sostenibilità. Questa edizione di WSM ha visto partecipare anche importanti organizzazioni come le Nazioni Unite, Fashion Revolution, Cittadellarte-Fondazione Pistoletto e Fashion B.E.S.T., Fashion For Good e anche il Consolato Olandese con un pool di marchi. Particolarmente ricco il palinsesto delle talk che, nei tre giorni dell'evento, ha catalizzato l'attenzione del pubblico su grandi temi come: Fashion Force, Moda come medium per il cambiamento sociale; Re-Fashion, it's not waste until it's wasted; Sustainable Fashion School, con la partecipazione di NABA e del Politecnico Milano Scuola del Design, entrambi educational partner dell'evento. Senza tralasciare gli asset di Converse, Fila, Freitag e Foot Locker che, con le loro attivazioni speciali, hanno animato l'evento. Tra happening, eventi, talks e workshop sono andate in scena 50 attività.

«È stato bello trovarsi a WSM con tanti player, uniti nella loro diversità da un obiettivo comune: la salvaguardia del pianeta», dichiara Matteo Ward, art director di GIVE A FOK-us.

WSM dimostra, quindi, di essere una finestra aperta sul domani, dove le aziende trovano nuovi motivi di partecipazione e anche spunti reali a cui attingere per affrontare nel loro piano industriale il tema della sostenibilità.

Anche a questa edizione l'evento è sviluppato con la collaborazione di Probeat Agency e nss factory.

Like

CONDIVIDI:



CORRELATI

WSM a Milano dal 15 al 17 giugno 2019
13/06/2019
In "Fiere"

Get in Sync Water, l'installazione immersiva a WSM. Il mare non è una discarica
13/06/2019
In "Ambiente"

Successo di White Milano: +4,8% di visitatori, i buyer salgono del + 2,3%
25/02/2019
In "Fiere"

TAGS FASHIONREBOOT GIVE A FOK-US MASSIMILIANO BIZZI MATTEO WARD WHITE WSM

REDAZIONE

CERCA ARTICOLO

Cerca

PAGINE SOCIAL



ARTICOLI PIÙ LETTI