



Un'installazione immersiva per sancire il legame tra moda e ambiente

Anche la moda sostiene l'ambiente. In occasione della Milano Fashion Week Uomo, nel cuore del Tortona Fashion District, ha aperto dal 15 al 17 Giugno, WSM, un entusiasmante marketplace al quale, tra happening ed eventi, hanno partecipato oltre 15.000 persone.

Nel suo intento di indirizzare il futuro del sistema moda verso innovativi scenari che prevedano nuovi stili di vita e consumi, WSM ha scelto DrawLight come partner che ha creato un'installazione immersiva al fine di trasferire forti emozioni e generare consapevolezza verso tematiche green dal titolo Get in Sync Water .

“ Dopo SYNC, l'installazione che abbiamo curato per White Milano in occasione della Milano Fashion Week Donna, torniamo a collaborare per WSM, in una sinergia di pensiero e visione con Matteo Ward di WRAD. Prosegue il percorso iniziato con GIVE A FOK-us che evolve in GIVE A FOK-us Water . ”, sottolinea Mick Odelli, Founder di DrawLight, che aggiunge: “ Attraverso le esperienze emozionali attiviamo una maggiore consapevolezza di sé stessi, degli altri, dell'ambiente e della salvaguardia del nostro pianeta ”.

Il focus di questa sinergia è stato l'acqua. Sincronizzarsi con il mare, gli oceani per prendere velocemente coscienza dell'importanza dell'habitat in cui viviamo anche grazie a un sistema moda sempre più sensibile a queste dinamiche.

“ Abbiamo unito Aziende che utilizzano l'economia circolare, produttori tessili e brand che operano nel rispetto delle risorse idriche attraverso nuovi processi o, in alcuni casi, riutilizzando gli scarti pescati dai fondali. Sono presenti alcuni esempi di moda virtuosa tra cui il produttore di denim che ha ridotto del 90% il consumo di H2O. Il mare quindi come fonte di sviluppo di nuove fibre, di esperienze sostenibili e spazi immersivi che sappiano trasferire ai visitatori forti emozioni ”, ha raccontato il Direttore Artistico di GIVE A FOK-us, Matteo Ward.

L'installazione artistica ha portato il pubblico nelle profondità marine per stimolare una presa di coscienza su un tema che non si può più ignorare e ha lanciato una call to action a farsi attori del cambiamento.

" Attraverso immagini, luci, riflessi e suoni, Get in Sync Water vuole entrare nel profondo delle persone ed emozionarle, trasportandole nel cuore dell'Oceano dove il dramma si consuma per riscrivere l'immaginario comune, finora meraviglioso e incontaminato ”, ha spiegato Elisa Basso, Direttrice Creativa di DrawLight.

"Immergere" è il mantra di DrawLight ed è uno dei trend delle shopping experience più innovative ed efficaci. Sensory branding e storytelling si fondono per generare emozioni avvolgendo e coinvolgendo ogni singolo individuo in un percorso di consapevolezza e presa di coscienza che spinge a una motivazione intrinseca. Arte, tecnologia, creatività, neuroscienze per stimolare una maggiore consapevolezza del sé.