

## Fiere. Via Tortona White apre al pubblico con le linee streetwear

**Marta Casadei**

■ Aprire le fiere al pubblico, mettendo in contatto le aziende con i loro consumatori finali, sempre a caccia di novità. Con questa idea in testa White, salone della moda contemporary fondato a Milano da Massimiliano Bizzi all'inizio degli anni Duemila, ha studiato un nuovo format B2C pronto al lancio: il White Street Market.

L'edizione Man&Woman P-E 2019 del salone andrà in scena dal 16 al 18 giugno, durante la settimana della moda maschile di Milano, con questa nuova sezione dedicata allo streetwear e allo sportswear - due segmenti in crescita, soprattutto tra i giovani - e aperta sia ai buyer sia ai consumatori finali. Concepito da White in collaborazione con Walter d'Aprile (Nss Factory) e Paolo Ruffato (Probeat agency), lo street market è stato progettato come uno spazio commerciale, ma anche come una vetrina sul mondo dello streetwear con eventi musicali, lezioni di yoga all'aperto, mostre fotografiche. Numerosi i brand presenti: da Adidas Originals, che presenterà una nuova silhouette di scarpa, a Sergio Tacchini, da La Martina a Patagonia, che orienterà i riflettori sul tema della sostenibilità.

Proprio l'attenzione all'ambiente è uno dei temi chiave di questa edizione di White Man&Woman che, con il patrocinio del Comune di Milano, in questa edizione ospiterà, sempre in via Tortona, 180 marchi, per il 60% stranieri, e ha organizzato 20 eventi tra cui lo show del designer inglese Matthew Miller.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

