

White, parte la rivoluzione Street Market



UN'IMMAGINE DELLA MOSTRA ORGANIZZATA DA WHITE STREET MARKET, WITHIN THE SUBCULTURES BY GETTY IMAGES

Il nuovo format completa il percorso del salone all'insegna dell'innovazione. In parallelo la nuova edizione Man & Woman che vede come Special Guest Matthew Miller. Special Designer Abasi Rosborough e come Progetto Speciale Sagittaire A.

Pagine a cura di Barbara Rodeschini

Entra nel vivo l'edizione di giugno di White che segna l'inizio di un nuovo percorso per il salone organizzato da M.Seventy. Pioniere nella ricerca sulla moda contemporanea White, che già al suo esordio nel 2002 cambiò le regole del fare fiera introducendo contenuti nuovi e aprendo alla moda il distretto di via Tortona, questa stagione è tra gli appuntamenti più attesi dai buyer e addetti ai lavori, grazie all'introduzione della nuova sezione B2B-B2C White Street Market. Dedicato alla moda sports/streetwear e aperto al pubblico, White Street Market nasce dall'incontro tra la progettualità del salone e il supporto di Paolo Ruffato, fondatore di Probeat Agency e di Walter D'Aprile, co-founder e ceo di nss factory. Un progetto unico nel suo genere, che crea momenti d'incontro tra consumer, aziende

e compratori del mondo fashion, mentre in contemporanea sale il sipario sulla nuova edizione di White Man & Woman, il primo contenitore italiano che propone menswear e anticipazioni donna. «In linea con la strategia di Camera nazionale della moda italiana-Cnmi», ha spiegato Massimiliano Bizzi, patron del salone, «White continua a sviluppare il mondo donna durante la fashion week maschile, con un salone Man & Woman di altissima qualità e ricerca. Grazie a White Street Market siamo riusciti a creare un evento nuovo, capace di attirare sia grandi brand ormai lontani dal mondo delle fiere, come **adidas Originals**, sia label indipendenti e molto creative, per rendere sempre più vivo il Tortona Fashion District con una manifestazione incredibilmente ricca di appuntamenti aperti alla città. Con questo progetto si colma

un'esigenza forte del mercato moda, che deve aprirsi al grande pubblico. Un'esigenza che solo una città come Milano poteva assolvere». In calendario dal 16 al 18 giugno, la manifestazione presenta 180 marchi, il 60% di questi è internazionale, con una superficie allestita di 12.200 metri quadrati, tra le due location di via Tortona 27 e 54. Il palinsesto di stagione, tra i più ricchi di sempre, vede il designer britannico **Matthew Miller** come Special Guest, mentre il tandem creativo di **Abasi Rosborough** è lo Special Designer. Non solo, l'approfondimento sullo stile di domani passa anche per una serie di iniziative eccezionali: **Sagittaire A** è il Progetto Speciale di stagione mentre **Ih Nom Uh Nit** apre anche al pubblico con un evento inserito lunedì nel calendario ufficiale di Cnmi-Camera Nazionale della moda italiana.