

QUOTIDIANO.NET / Magazine

MAGAZINE

Milano, White Street Market: l'innovazione ha premiato

In ex Ansaldo 8.800 presenze in tre giorni

★★★★★ 2 voti

Publicato il 19 giugno 2018

Ultimo aggiornamento: 19 giugno 2018 ore 16:47



White Street Market

🕒 4 min



Milano, 19 giugno 2018 - White Man & Woman con **White Street Market** ha confermato l'efficacia del nuovo format streetwear e sportswear aperto a buyer e pubblico finale. Con un calendario di **venti happening** tra workshop, mostre, showcase ed eventi musicali, White street market, già dalla **prima edizione** è riuscito a coinvolgere la città di Milano e il Tortona Fashion District, portando un totale di oltre **8.800 visitatori nei tre giorni** (16/18 giugno) tra buyer, giornalisti e consumatori finali. Anche i **numeri dei social media** lo dimostrano: l'Instagram neonato di White street market

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

MAGAZINE

Milano, White Street Market: l'innovazione ha premiato

SHOWBIZ

Il Festival di Locarno omaggia i fratelli Taviani

SHOWBIZ

Martin Scorsese, premio alla carriera alla Festa del cinema di Roma

(@white_streetmarket) è salito a 3.221 follower in pochi giorni con 220mila impressions sul profilo, che è stato ricercato da **50.000 account in due giorni**. Se da un lato l'innovazione con il lancio del nuovo festival streetwear si è rivelato particolarmente efficace, dall'altro resta l'impasse diffusa sulla fashion week uomo milanese.

Così commenta **Massimiliano Bizzi**, fondatore di White: "White street market premia tutti noi per il coraggio e un grande lavoro nell'aver creato una formula che innova il nostro settore e lo rende più contemporaneo. Alla prima edizione ha già superato gli 8.800 visitatori e farà parte certamente del nostro futuro solo per le edizioni dell'uomo. Le difficoltà sulla data dell'uomo per quanto riguarda l'affluenza dei buyer a Milano durante la moda uomo erano già state ampiamente evidenziate. Probabilmente è stato proprio questo a spronarci a metterci al lavoro su quello che di nuovo abbiamo inventato, una formula che coinvolge sia il B2B, sia il B2C".

Sulla stessa linea è **Cristina Tajani**, assessore alla Moda, Design e Attività produttive del Comune di Milano che ha dichiarato: "Con White abbiamo subito condiviso un punto di vista: ripensare alla formula del menswear per valorizzare il legame stretto con la città e con chi la vive. La prontezza e la velocità di reazione di White ci hanno permesso di avviare subito un cambiamento straordinario all'ex Ansaldo, che torna a vivere anche durante il mese di giugno".

Da un lato il salone ha scommesso sulla qualità della ricerca e internazionalità delle proposte al Tortona 27 SuperStudio Più con brand internazionali come Matthew Miller (special guest), Abasi Rosborough (special designer), Sagittaire A (special project), Avavav, Wrad e Ih Nom Uh Nit, che con il suo show ha coinvolto stampa e buyer. Senza contare le presenze e buyer. Senza contare le presenze di importanti showroom come Vald Agency, Six London, Baltimora Studio e anche Tomorrow London Ltd per il progetto Athleisure: **Ahead - The function room**. Un'edizione che ha puntato tutto sulla qualità, grazie alla presenza di top retailer esteri come Barney's (Giappone), Beams, Bloomingdale's che ha apprezzato la parte sulla sostenibilità, Harvey Nichols, Isetan, Le Bon Marchè, LN-CC, United Arrows, Takashimaya, Printeps, tanto per citarne alcuni.

RIPRODUZIONE RISERVATA

f CONDIVIDI SU FACEBOOK

🐦 CONDIVIDI SU TWITTER

@Quotidiano.net



Dietro ogni notizia c'è una storia.
Noi ve la raccontiamo.

Seguici su Instagram

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

SHOWBIZ

Will Ferrell canta all'Eurovision Song Contest, in un film per Netflix

SHOWBIZ

Chris Pratt esce con la figlia di Arnold Schwarzenegger

MAGAZINE

Per vincere i Mondiali ci vuole la playlist perfetta