

*Anticipazioni*

A GENNAIO TORNA WHITE STREET MARKET

**La formula B2C-B2B sarà
per la prima volta estesa
all'intero salone**

Fervono i preparativi in vista della seconda edizione di White Street Market. L'iniziativa B2C-B2B, sviluppata da White assieme a Paolo Ruffato, fondatore di Probeat Agency e a Walter D'Aprile, cofounder & ceo di nss factory, ha debuttato a giugno registrando oltre 9 mila presenze e sarà tra i protagonisti della prossima settimana della moda maschile a Milano con una formula ampliata. L'intero salone infatti abbraccerà il format, dando vita a un grande evento lifestyle aperto al mondo dei buyer ma anche al pubblico per l'intera durata della manifestazione. In calendario dal 12 al 14 gennaio negli spazi del T27- Superstudio Più, White Street Market rientra in un'ampia strategia di potenziamento, che punta a ridare alla città di Milano la sua centralità anche durante i giorni dedicati al menswear. « Grazie a un intenso lavoro con un team dedicato, abbiamo creato e continueremo a far evolvere un appuntamento unico a Milano, dove business, intrattenimento, musica, confronto, cultura trovano una speciale dimensione», ha commentato Camilla Lodi, project manager di White Street Market, «Tutto questo grazie all'interazione dinamica tra aziende sia fashion, sia streetwear&sportswear e insider della moda, che dialogano con il pubblico finale, oltre ai diversi partner nel mondo dei media, del tessuto universitario e nella musica. WSM è una piattaforma crossmedia ed espressione di un lifestyle dinamico, dove i brand possono raccontarsi, comunicare, vendere e confrontarsi grazie al nuovo format che si svolge durante la fashion week milanese di gennaio e giugno». Progetto unico nel panorama italiano, White Street Market, che a giugno ha messo a segno 200 mila impression sull'account Instagram @white_streetmarket, avrà come tema Re.Edition e porterà sotto i riflettori una selezione di aziende moda che, insieme a quelle più tipicamente Street & Sport, stanno riscuotendo forte interesse da parte degli addetti ai lavori, come le special edition e le co-lab, ma anche presso i consumatori.