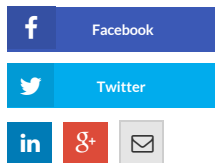




ANCHE TIMBERLAND E NEW BALANCE TRA GLI ESPOSITORI

White Street Market cresce: 60 marchi e 25 workshop

19 dicembre 2018



In Germania gli eventi moda aperti a un pubblico indistinto vengono cancellati (l'edizione 2019 di **Bread & Butter** by Zalando non si farà), in Italia invece rilanciano.

Merito di **White** che, dopo il test di giugno, ripresenterà il format **Street Market** in una versione large, grazie al coinvolgimento di 60 brand (erano 30 sei mesi fa), tra cui big come **Timberland**, **New Balance**, **Pony** e fashion label come **Nana-Nana**, **Last Heirs** e **Lyph**.

«Rispetto ad altri - commenta **Massimiliano Bizzi**, fondatore di White - abbiamo preferito puntare sulla formula dell'evento misto, aperto contemporaneamente a buyer e pubblico finale. Il **Bread & Butter**, invece, nel tempo si è trasformato in un festival esclusivamente B2C e non è quello che vogliamo noi: il nostro modello è il **Salone del Mobile**».

Dal 12 al 14 gennaio tutti gli spazi del **SuperstudioPiù/Tortona 27** saranno dunque all'insegna del format **White Street Market**: gli espositori avranno la possibilità di personalizzare al massimo i loro stand, che di fatto saranno trasformati in piattaforme di marketing, per non deludere le aspettative del pubblico finale.

«Gli addetti ai lavori - spiega Bizzi - troveranno le collezioni dell'autunno-inverno 2019/2020, ma le aziende sono state sollecitate a

creare anche progetti consumer come special edition e capsule collection, una proposta a cui hanno aderito praticamente all'unanimità»

Gli organizzatori di **M.Seventy** anticipano che alcuni stand saranno altamente tecnologizzati e altri potranno contare su un forte contenuto di storytelling: Timberland, per esempio, lancerà un contest aperto a giovani creativi che vorranno ripensare il mitico *Yellow Boot* e un brand come **Wrad Living** porterà all'interno del SuperstudioPiù un container con sarte intente a cucire.


Il programma della manifestazione, che anche questa volta può contare sul supporto di due partner come **Nss Factory** e **Probeat Agency**, prevede un calendario ricco di oltre 25 attività, tra happening e workshop, compresa quella firmata dallo store multimarca **One Block Down**.

Previsto anche uno spin-off del **Fashion Film Festival Milano** di **Constanza Cavalli Etro**: in via Tortona sarà realizzata una sala cinematografica, dove verranno proiettate pellicole focalizzate sulla cultura street e sulla sostenibilità, tematiche che condizionano tutto il White Street Market.

«La nostra idea - conclude Bizzi, che con questa edizione punta a superare le quasi 9mila presenze del 2018 - è di mettere un po' di cultura in quello che facciamo. Con questa iniziativa diamo l'occasione ai brand non solo di fare business, ma anche di far appassionare i giovani alla moda. A mio avviso questa è l'unica strada per battere la concorrenza del low cost» (nella foto, il debutto di White Street Market sei mesi fa).

an.bi.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).

Stampa l'articolo 

fashion MAGAZINE it

BUSINESS

MARKET

TREND

COMMUNITY

VOICES

FRONT ROW

GALLERIES

NEWSLETTER

ABBONAMENTI

TIMING

JOBS

FASHION ISSUES

SPECIAL ISSUES

FROM THE EDITOR

CONTATTI

PRIVACY

INFORMAZIONI MEDIA

ENGLISH

SITEMAP

Edizioni Ecomarket SpA

a company of Dfv Media Group

P.IVA 10074660159

Reg. Impr. MI N. 305820 - cap. soc. i.v. € 400.000,00

Piazza Pio XI, 1

20123 Milano (MI)

Tel. 02.806.20.1

fashion@fashionmagazine.it

© Tutti i diritti riservati

FOLLOW US ON [f](#) [in](#) [@](#) [t](#)



