

FASHIONREBOOT: LA NUOVA FORMULA DI WHITE STREET MARKET RAGGIUNGE
QUOTA 14.797 VISITATORI

Boom di presenze nei tre giorni della manifestazione

La seconda edizione di **WHITE STREET MARKET** conferma il successo straordinario del nuovo format su scala internazionale: dal 12 al 14 gennaio 2019 WSM, il primo evento italiano interamente dedicato al fashion e alla street culture con special focus sulla sostenibilità, aperto agli operatori del settore e al pubblico, **patrocinato dal Comune di Milano**, ha registrato un'affluenza di **14.797 visitatori**.

Collezioni di moda, e un ricco calendario culturale di eventi: oltre 45 le attività tra talk con ospiti internazionali, workshop, sport performance, mostre, fashion movies e anteprime. WSM ha concentrato nella location di Superstudio Più un'offerta di qualità altissima, dove l'importanza del brand mix buyer & customer-oriented è stata ulteriormente amplificata da progetti focalizzati sulle tematiche e culture giovanili che stanno plasmando lo scenario moda attuale.

Oltre 60 i protagonisti del brand mix, selezionato per incontrare l'interesse dei visitor: top brand come **arena Icons**, **FILA**, **Juventus Icon Collection**, **Kappa**, **New Balance**, **Timberland CONSTRUCT:10061**, **Dickies**, **Daily Paper**, **Iuter**, affiancati a fashion label tra cui **Pony**, **Last Heirs**, **Lyph**, **Movitra**, **nana-nana**, **Enclave Monarchy**, **Fantabody**, **Wrad Living**. E ancora: arte e cultura sostenibile, con la partecipazione di **CITTADELLARTE-Fondazione Pistoletto**; una selezione dei migliori fashion film internazionali con **FFF Milano Spin Off**, l'evento di **Fashion Film Festival Milano**; il progetto charity **Mashup Mind per OTB Foundation**; il coinvolgimento di **NABA**. Il format, aperto anche agli extra-settore, ha permesso a **Banca 5** (Gruppo Intesa San Paolo) di promuovere l'innovazione del proprio sistema bancario particolarmente rivolto ai giovani, con grandissimo successo di presenze durante i tre giorni.

Afferma **Francesco Tombolini**, nuovo Presidente della associazione italiana che riunisce tra i più prestigiosi negozi del paese, **Camera Italiana Buyer Moda - The Best Shops**: "Finalmente al centro di tutto il consum-attore! Un evento che costruisce un nuovo processo di identità, e una nuova esperienza di acquisto e immaginazione che valorizza il brand e la sua proposta. Milano deve credere in questo bellissimo evento, potente medicina per il rinnovamento della moda italiana. Niente sarà più come prima!"

Il successo è confermato anche dalla dimensione digital e social: 466mila sono state le impression, e numerosi gli influencer internazionali che hanno partecipato all'evento, tra i quali lo sneakers designer **Salehe Bembury**, la cantante **Rochelle**, il modello **Callum Mullin**; **Amiaya**, le gemelle dj dal Giappone; la creative director **Eleonora Carisi**, il rapper **Side Baby**.

"Ringraziamo il Sottosegretario allo Sviluppo Economico **Michele Geraci**, che, con il **MISE** e agenzia **ICE**, ha sostenuto l'iniziativa, nonché i nostri partner di **Confartigianato Imprese**, tra cui in particolare **Giuseppe Mazzarella**, Delegato di **Confartigianato all'internazionalizzazione**, il cui supporto è stato fondamentale per svolgere la manifestazione. Un sentito ringraziamento anche al neo-nominato Presidente dell'**ICE** **Carlo Maria Ferro**, che, a pochi giorni dalla sua nomina, ha

subito dato la propria disponibilità insieme al sottosegretario Geraci ad inaugurare la manifestazione” dichiara Massimiliano Bizzi, fondatore WHITE STREET MARKET. E prosegue: “oltre alla grande soddisfazione di aver avuto, ancora una volta, come gruppo, il coraggio di aver organizzato e realizzato una formula innovativa, ciò che mi riempie di entusiasmo sono i commenti e le parole degli addetti ai lavori che hanno apprezzato questo evento, dichiarando che Milano deve crederci.”

Con il successo del nuovo format, realizzato in partnership con **nss factory**, **Probeat Agency**, **The Italian New Wave** e **Club to Club**, e con il supporto come media partner di **Radio DeeJay** e **Rolling Stone**, WHITE si conferma come evento di riferimento per il settore grazie alla propria capacità di innovare, comprendendo l’evoluzione del mercato e le necessità delle aziende. Un solido dna, ma con una visione e una dimensione nuove, che aprono le porte anche al consumatore finale, creando una sinergia tra il segmento buyer e consumer.

Per ulteriori informazioni :
Raffaella Imò
Responsabile Ufficio Stampa
WHITE
Tel +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it

Milano, 14 Gennaio 2019

supported by



partners



media partners



food partners



special contributor

