

D360
17 gennaio 2019



Trend e brand pizzicati al White Street Market 2019

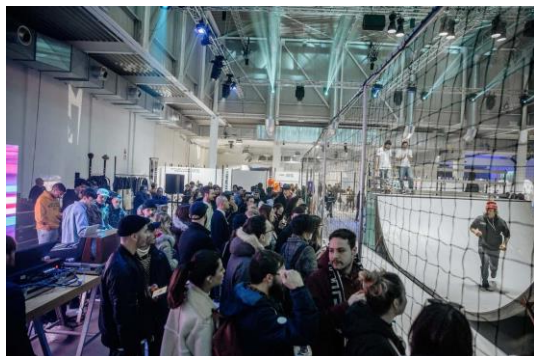
17.01.2019

SHARE ON |

Celebrare la street culture nel suo insieme, dalla moda all'estetica, sneaker culture, sportswear e athleisure, passando per i colori e i beat dei suoi art and electro music set, la seconda edizione del White Street Market a Milano ruota intorno anche a un'altra questione cara ai Millennial: la sostenibilità.

Dal 12 al 14 gennaio siamo andati a curiosare in giro al White Street Market e queste sono le cose che hanno attirato la nostra attenzione.





La graffiti fashion di HAIRY FOOLS

Hairy Fools è un duo californiano e la loro mostra al BASE del WSM, uno spazio industriale di Ansaldo in via Tortona, era un'opera d'arte su muro a 4 mani: Dee ha lavorato sui nasi dei visi degli Avatar da sinistra mentre Evan Rossell si è occupato delle facce pelose a destra. Le loro collezioni presentano denim e t-shirt in cui è possibile individuare dettagli della loro arte, come l'occhio della loro creatura, quella pelosa.



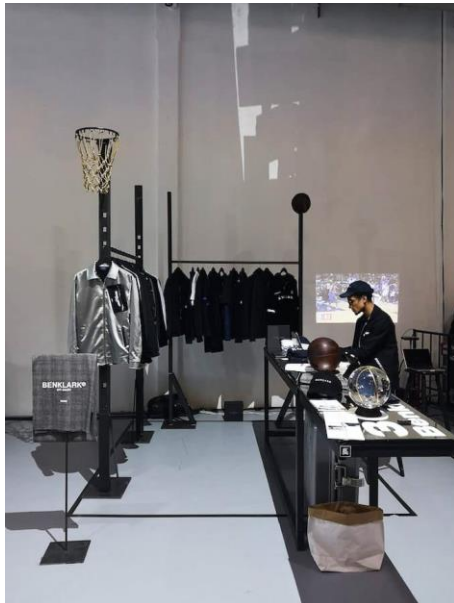
Codici sportivi

Lo streetwear non può fare a meno dello sportswear, diciamo così; ed è per questo che l'edizione del WSM 2019 ha visto la presenza di alcuni dei marchi sportivi più popolari che negli ultimi tempi si sono rivolti allo streetwear di lusso. FILA, che ha presentato la sneaker Disruptor, ha coinvolto Bodega Rose nel loro workshop "Build your FILA planter", un laboratorio dove sono stati creati vasi di fiori usando le sneakers Fila; tra gli altri marchi sportivi c'erano Kappa e New Balance, che insieme allo Special Sneakers Club hanno rivisitato l'iconico modello 997 sotto la prospettiva di un artista e il concetto 'Build your New Balance 997'.



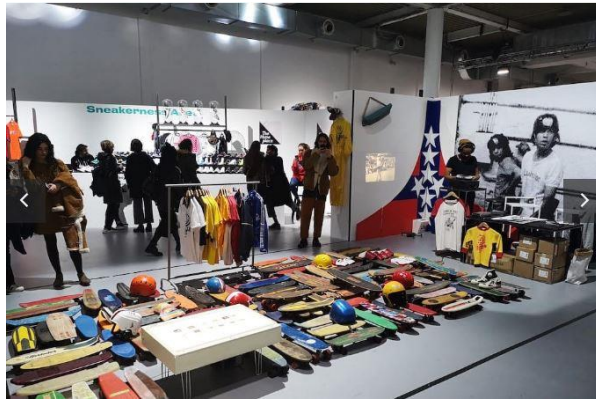
Benklark e il basket

Made in France, il concetto esplorato dall'estetica di Benklark è quello di creare streetwear ispirato al basket 'off-court', realizzato con materiali pregiati: una camicia argento 100% raso o iniezioni di neoprene su una camicia camo di velluto a coste sono tra i capi presentati al WSM 2019.



FILVOLUME Primitive Skateboarding – Belgio

Il 2020 sarà l'anno in cui quello che è sempre stato visto solo come espressione di una sottocultura, quella degli adolescenti ribelli che si identificano con l'immagine street, diventerà uno sport olimpico: Tokyo 2020 sarà infatti la prima Olimpiade a includere lo skateboarding tra gli sport e il WSM ha cavalcato questo grande cambiamento nel settore, quello dedicato allo streetwear. Nell'edizione 2019 del White Street Market è stata presentata un'esibizione dal vivo e una collezione di skateboard alla The Skateroom, che ha anche ospitato il lancio del libro *Primitive Skateboarding Belgium 1978*, la storia di come questo sport ha cambiato la cultura in Belgio negli anni '70.



Il made in Italy di Crane

Uno degli obiettivi principali del WSM, organizzato con il sostegno del Comune di Milano, è quello di promuovere, incoraggiare e far conoscere alcuni dei brand emergenti più creativi nati sul territorio milanese: Crane rientra perfettamente in questa categoria, in quanto si concentra su un prodotto 100% made in Italy.



RBRSL: gomma e anima

Sono stati esposti pezzi unici realizzati a Piticchio, in Italia, tra i marchi emergenti che rappresentano la cosiddetta sneaker culture, e i loro prodotti di gomma e pelle, fatti a mano e fatti a macchina.



Accessori Street

Il PVC trasparente e i colori distintivi ispirati al workwear e ai servizi di delivery sono nel DNA di The Bags, un altro brand italiano.



Visuals @WSM

Oltre ai beat di Club to Club l'atmosfera al White Street Market 2019 è stata animata da diverse proiezioni, a partire dal documentario 'We Margiela', introdotto dalla presentazione della curatrice di FFFMilan Gloria Maria Cappelletti.



Sostenibilità

Non solo moda, la questione legata ai rifiuti zero e al risparmio energetico è cara anche al settore del beauty e tra i marchi individuati al White Street Market, Oway ha mostrato estrema attenzione all'utilizzo di ingredienti naturali, trattati in modo da non avere un impatto negativo sull'ambiente, provenienti infatti dall'agricoltura biodinamica. Il marchio inoltre utilizza imballaggi riciclabili e ingredienti del commercio equo e solidale.