

FASHIONREBOOT@WSM

*Nel contesto del progetto di rilancio di Milano Moda Uomo
WHITE STREET MARKET evolve in WSM*

WHITE, in collaborazione con **Confartigianato Imprese** e **Camera Nazionale della Moda Italiana**, grazie al supporto del **Ministero dello Sviluppo Economico** e **ICE Agenzia**, dopo il successo della edizione di gennaio 2019 dà corso al secondo step di evoluzione del progetto di rilancio della **Moda Uomo**.

Durante la **Fashion Week** maschile milanese dal 15/17 giugno 2019, nel distretto della moda di **Via Tortona**, **WSM** apre le porte sia agli operatori di settore che a tutta la **fashion crew**. **WSM** è l'acronimo di **White Street Market**, dove la **S** simboleggia non solo il trend derivante dalla moda contemporanea di strada, ma anche il **fashion glamour** di natura sostenibile, con connessioni al mondo **sportswear**.

L'iniziativa di sistema, attraverso tutte le singole e numerosissime attività poste in essere durante la **kermesse** dei 3 giorni **avrà un'importante ripercussione sulle possibilità di sviluppo delle imprese del sistema moda** che partecipano alla **MFW**.

Presso la location di **Superstudio Più** andrà in onda **WSM**, con il **Patrocinio del Comune di Milano**, che si articola in **Fashionreboot** e **GIVE A FOK-us Water** mentre, presso lo spazio **Ex Ansaldo | BASE**, la **Camera Nazionale della Moda Italiana** mette a disposizione il proprio asset per il lancio di giovani brand internazionali molto attrattivi nel panorama del **fashion business**.

WSM nei suoi **10mila mq. di superficie espositiva** riconferma i numeri della edizione di gennaio in termini di **brand partecipanti** ed attende **oltre 15.000 visitatori**. Il calendario è ricco di **oltre 50 attività**, raddoppiate rispetto a gennaio di quest'anno, **tra happening, eventi, presentazioni, workshop, di cui 14 appuntamenti nell'area talk**.

Tra i **player on stage** si sottolinea la presenza di **Converse, Foot Locker, Fila, Vivienne Westwood, Freitag** e **Candiani Denim** ciascuno protagonista di attivazioni speciali; a cui si aggiungono **fashion label** come **Wråd, Movitra, Vanta Design Studio, Fantabody, Human with attitude, Venividivici, Simon Cracker, Ottomondi, Enclave Monarchy**, tanto per citarne alcuni.

Il nuovo format progettuale vede, dunque, protagonisti i brand di ricerca, le piccole e medie imprese artigiane, le grandi case di moda e i giovani - che rappresentano il punto di forza del progetto - che grazie a questa esperienza si avvicineranno ai player del settore e incontreranno direttamente i brand e i più importanti buyers internazionali.

“Confartigianato – sottolinea il Presidente della Confederazione Giorgio Merletti - continua a sostenere il progetto di rilancio della settimana Milano Moda Uomo con l’obiettivo di valorizzare l’eccellenza dell’artigianato italiano contemporaneo: un mix di tradizione manifatturiera, design, innovazione tecnologica capace di intercettare le nuove tendenze dei mercati internazionali. La tradizione, il saper fare, la creatività, il gusto il fatto su misura, sono le caratteristiche che rendono grandi nel mondo i prodotti delle imprese italiane a valore artigiano. I dati ce lo confermano: nel 2018 le esportazioni delle nostre micro e piccole imprese della moda valgono 52,7 miliardi di euro, con una crescita del 3,3% rispetto al 2017, un record rispetto a tutti gli altri settori”.

Il progetto esplorerà le ultime tendenze della moda, di ricerca e di proposta, raccontando i territori dei nuovi media, della musica e della creatività contemporanea e il loro rapporto con nuovi stili di vita e nuovi consumi.

Obiettivo del progetto è valorizzare il ruolo di Milano sulla scena internazionale delle fashion Week per rispondere competitivamente alle altre capitali della moda.

«Grazie a Confartigianato Imprese e al MISE - spiega Massimiliano Bizzi, founder di WHITE - ci viene permesso di continuare a sperimentare la nuova formula del B2B e B2C che, come successo per la design week, potrebbe essere la vera innovazione anche per la moda, che mostra evidenti necessità di cambiamenti strategici. Come anche la nuova filosofia della sostenibilità, gradualmente, potrebbe cambiare la percezione d’acquisto del consumatore».

Tra i nomi d’impatto che animeranno WSM, l’irriverente, audace e ribelle di natura **Vivienne Westwood**. A WSM va in scena il suo impegno sociale attraverso un’installazione che, tra alberi e frasi famose, presenta le Slogan Tee, a partire dal famosissimo: **“buy less, choose well, make it last”** che in italiano vuol dire **“compra meno, scegli meglio e fallo durare”**, e anche la co-lab **24 Bottles x Vivienne Westwood**. Sia le T-shirt, sia le 24 Bottles con la serigrafia di Vivienne si potranno comprare.

Converse ha selezionato giovani creativi con due elementi in comune: Rinnovamento creativo ed eco-sostenibilità. Da qui la scelta di coinvolgere RED e APJP. Rediet Longo, in arte **RED**. Nel corso di un'infanzia ed un'adolescenza travagliata l'arte è sempre stata protagonista nella vita di Rediet, fino a diventare la sua unica forma comunicativa. RED, che sta per COLORED, diventa quindi un motto, un grido di positività. Red è, ad oggi, un giovanissimo artista e designer riconosciuto in tutta Europa per la sua capacità di personalizzare e customizzare a suo modo, capi ed oggetti esistenti. In linea con la direzione di Converse "There is always a way to renew what we do", **Rediet, durante la giornata del 15 Giugno, farà una performance nello spazio Converse, creando una tela da scampoli di canvas di vecchie Chuck Taylor e plastica cestinata.** **APJP** è la fusione di due personalità creative: Alberto Panocchi e Joelle Pomioli. L'idea del progetto nasce da un'ispirazione di quotidianità: un jeans in denim, un lavaggio in lavatrice, il jeans danneggiato e poi recuperato in modo creativo da Joelle, che con la candeggina ha creato un artwork unico, salvando il pantalone preferito di Alberto. APJP nasce dall'idea di non buttare indumenti che hanno un passato ma anzi dar loro nuova vita tramite lavaggi, colori, plastica, rifiuti. "There is always a way to renew what we do". Così Alberto e Joelle, durante la giornata del 16 Giugno, daranno vita ad **una performance artistica nello spazio di Converse, rinnovando tele in denim, in partnership con Candiani.**

Proprio Candiani Denim ha fatto della sostenibilità la sua bandiera. All'evento milanese l'Ingredient brand che fornisce jeans virtuoso ai maggiori marchi worldwide, sarà presente con un pop up store, che riprende il messaggio dell'appena inaugurato negozio milanese e che vuol essere uno spazio di divulgazione del denim. La presenza di Candiani Denim a WSM non si esaurisce qui. Anche **l'installazione Blue Waves, che presenta il meglio del mondo denim,** che lavora per ridurre il consumo dell'acqua e l'uso di agenti chimici è powered by Candiani Denim.

Il mondo del jeans si anima anche attraverso la rinnovata partecipazione di **Evan Rossel e Dee Rosse** con il progetto artistico **Hairy fools & Rosse**, dove si esibiranno in performance live di action painting, sia su un wall allestito per l'occasione sia sul denim di Candiani. In più, interagiranno con il pubblico, dipingendo gli abiti degli spettatori.

Invece il brand svizzero **Freitag**, nato nel 1993 dai due graphic designer Markus e Daniel Freitag, che crea borse e accessori utilizzando vecchi teloni di camion, camere d'aria usate e cinture di sicurezza, porta **all'evento un workshop sulla sua borsa Miami Vice.** Si potrà scegliere e far realizzare l'iconica shopping bag optando tra i materiali presentati dal marchio elvetico, e poi verrà realizzata live.

Tutt'altra musica da Exkite, label nata dalla fantasia e dalla passione di Renzo Mancini, che è protagonista di un evento a metà tra una performance sartoriale e una musicale. Con un momento live di circa 20 min, si creerà una giacca musicale, partendo dai suoni del mare, del vento e dal rumore di una vela, a cui si aggiungono in seconda battuta alcuni strumenti e la campionatura del capo che sarà confezionato. Questa musica, ricca di suggestioni marine e sartoriali, accompagnerà la giacca per sempre e, alla fine della performance si potrà anche acquistare. In più, nello stand sarà visibile anche la nuova collezione.

Il basket entra in gioco a WSM con la crew dei Da Move, punto di riferimento del freestyle in Europa. I suoi performer animeranno il campo da basket allestito in Superstudio Più, grazie al loro talento artistico e alle doti atletiche e anche al coinvolgimento attivo del pubblico.

Sempre focalizzato sul basket l'incontro, a **WSM**, tra **Foot Locker e Bodega Rose**. Il big player, specializzato nella vendita di sportswear e sneakers, sceglie la creatività dell'artista e designer americana **Olivia Rose, per attivare a Superstudio Più un ciclo di workshop che riunisce sport, moda, design e piante.** In un allestimento concepito in esclusiva, la designer newyorkese trasformerà i palloni da basket in planters, rendendo viva la speciale affinità che lega il leader mondiale nella vendita di sportswear all'artista. **L'attivazione di questo concept project avverrà, in contemporanea, anche nello store Foot Locker di Corso Buenos Aires,** allargando alla città di Milano l'interesse per questa cross fertilization di contenuti.

New entry Nove25, oltre a mostrare le sue nuove collezioni dal design ricercato, svela la nuova versione di **MYNOVE25, il primo Jewelry Configurator che consente di progettare il proprio gioiello** personalizzato nei minimi dettagli. Una live experience unica, che consente in diretta di creare il proprio gioiello a livelli mai raggiunti prima. Clienti e buyer avranno l'opportunità di scoprire e provare questa novità, che sta definendo a livello mondiale un nuovo standard tecnologico per la creazione del gioiello custom.

3Rd Eye Showroom, una concept showroom posizionata strategicamente tra Europa e Asia, porta a **WSM** una selezione di marchi come **Venividivici, Enclave Monarchy e Simon Cracker**, come espressione della sua visione globalizzata del mercato, il cui lavoro si concentra su designers con innovazione e creatività come filosofie.

Altri high lights di questa edizione sono la presenza di brand come **Lamilanese Made in Milan**, un progetto unico nel suo genere, nato dalla volontà di fare del bene e incentrato sul tema del riciclo, con la sua linea di borse realizzata con materiali di recupero capaci di raccontare due storie, quella passata e quella di oggi.

Si affiancano anche player come Spektre, RBRSL, The Bags e Neige.

Continua l'evoluzione di GIVE A FOK-us, hub sostenibile lanciato a febbraio 2019 a WHITE Milano. **Sotto la direzione artistica di Matteo Ward**, GIVE A FOK-us, stavolta, **diventa WATER**. Si parte dall'installazione artistica **Get in Sync**, ideata dall'**immersive studio DrawLight**, che mira a stimolare nelle persone una maggiore consapevolezza del sé attraverso arte, tecnologia, creatività e scienza.

Strettamente connessa a questo progetto è **l'attivazione di un'installazione con reti da pesca dalle quali si ottiene il filato ECONYL®, un nylon rigenerato ricavato, appunto, dalla plastica recuperata in mare.**

WSM supporta anche i **sustainable development goals** adottati dai leader mondiali delle **Nazioni Unite**, attraverso **un lavoro educativo e culturale promosso dalla Fondazione Pistoletto - Cittadellarte e i brand della piattaforma Fashion B.E.S.T.**, con le creazioni di: **Flavia La Rocca, Tiziano Guardini, Yekaterina Ivankova, Blue of a kind, Juan Carlos Gordillo, Teeshare, Licia Florio**. L'installazione del **Terzo Paradiso**, nello specifico, è realizzata con cartelloni da manifestazione che compongono la struttura, con la partecipazione di studenti delle scuole di moda di Milano. "*From Manifestation to ManifestAction*": è questo il significativo motto ispirato al tema dell'Acqua, che Fondazione Pistoletto - Cittadellarte e Fashion B.E.S.T. presentano a **WSM**.

Prosegue anche la partnership di WHITE con **Fashion Revolution e Marina Spadafora**, iniziata con GIVE A FOK-us di febbraio 2019. A WSM una lounge dedicata apre una finestra sul primo movimento globale dedicato alla moda sostenibile. Tramite questo hub sarà possibile scoprire e conoscere più da vicino questa organizzazione, anche attraverso l'acquisto delle loro pubblicazioni, in vendita per la prima volta in Italia.

Il collettivo olandese, presente grazie al sostegno dell'Ambasciata e del Consolato Generale del Regno dei Paesi Bassi, mette in scena micro-mondi sostenibili, come quello di **Gumshoe & Xplct Studio**, le cui soles delle scarpe sono ricavate dalla gomma da masticare raccolta e riciclata o **Flocus**, che attiva l'attenzione sulle tinture ricavate da microorganismi. **Maium** racconta i

suoi impermeabili prodotti con la plastica riciclata delle bottiglie, mentre **M-Bag** crea borse da bicicletta, per incentivare l'uso di questo ecologico mezzo di trasporto. **Fashion For Good** è, invece, una piattaforma globale per l'innovazione della moda sostenibile. «*Siamo felici di collaborare con WSM - dichiara il Console Generale, Johan O. Verboom - Rappresenteremo i Paesi Bassi con una serie di belle etichette come Maium, M-Bag, Flocus, Fashion for Good e Gumshoe. Attraverso loro, vogliamo dare ispirazione a imprese e consumatori per contribuire a un futuro più giusto e sostenibile della moda.*».

L'acqua si connette allo sport attraverso il surf. A **WSM** un ciclo di documentari e workshop focalizzano l'attenzione su questa attività sportiva connessa alla sostenibilità, grazie alla presenza di realtà come **No-Made Boards** e **Trash Surfboards**. **François Jaubert**, founder di Trash Surfboards, da sempre in prima linea per l'innovazione di matrice ecologica ha sviluppato un mestiere intorno a prodotti e materiali riciclati per un'industria del surf più creativa, sostenibile ed ecologica e a **WSM WHITE** andrà in scena un workshop sulle tavole da surf in cartone riciclato. Invece l'italianissimo **No-Made Boards**, porta all'evento **una shaping room artigianale, in cui si creano tavole in legno**. A rafforzare il link tra Sport, Natura e sostenibilità: la presenza all'evento di **Surfrider Foundation** la cui mission è dedicata alla salvaguardia degli oceani e delle spiagge del mondo.

Nutrito come sempre il palinsesto dei talk, che ricalcano i temi centrali di WSM. Nei tre giorni dell'evento saranno numerosi e autorevoli gli interventi che scandiranno le giornate. Si comincia sabato 15 giugno con un talk dal titolo quanto mai emblematico, **Fashion Force, talk incentrata sulla Moda come medium per il cambiamento sociale**; a seguire nel pomeriggio, **Re-Fashion: it's not waste until it's wasted**; più un focus sul basket. Domenica 16 prenderanno posto: Water World e Digitale Age, seguiranno **Sustainable Accelerator** e **Denim Word**. Lunedì 17 **focus su start up e fashion school** con NABA e Politecnico Milano Scuola del Design, entrambi educational partner di WSM.

L'arte arriva con WSM Gallery, curata da Marco Mantovani, aka KayOne, che ha riunito le gallerie e gli artisti più significativi del panorama della street art nazionale, con nomi del calibro di Kool Koor, Sharp, Blu, BO130 e M-City. Un evento unico, mai realizzato prima, che avvicina ulteriormente la street art alla street fashion.

A **WSM**, spazio ai vincitori **dell'Italian Fashion Talent Awards**. Grazie alla collaborazione con **Confartigianato Imprese** e il presidente della sezione moda **Fabio Pietrella** e con il patron dell'evento milanese **Massimiliano Bizzi**, quest'anno i sei premiati nelle diverse categorie degli IFTA

avranno a disposizione uno spazio collettivo a WSM. E poi l'evento **Italian Fashion Talent Awards Lab – IFTAlab 2019**, nell'ambito del "Programma di iniziative per la promozione e la valorizzazione del Made in Italy prodotto in Campania 2018 – 2020", si sposta a Milano in occasione della Fashion Week per traslarvi le eccellenze moda campane e i sei migliori giovani stilisti vincitori degli IFTAwards 2018.

Banca 5 (Gruppo Intesa Sanpaolo) riconferma la sua presenza a WSM WHITE, con innovativi servizi semplificati di incasso e pagamento per una clientela giovane e con il supporto alle progettualità dell'evento.

Attraverso la partecipazione a WSM Banca 5 consolida la propria leadership sul segmento dei sistemi finanziari di piccolo taglio per agevolare i consumi attraverso la emissione di tessere personalizzate per i visitatori del salone.

Alla MyOwnGallery arriva la **fotografia italiana d'autore**. Nel mese di giugno sarà protagonista la mostra "**Man on the Moon**" che riprende il tema di **Ghost Book**, nuovo progetto editoriale e multimediale sulla fotografia d'autore italiana, fondato da Giorgio Racca.

Pier Paolo Pitacco, art-director e artista ben noto a Superstudio per le numerose collaborazioni, responsabile della forma grafica e dei contenuti spiega: "Ghost presenta storie inedite non comuni, alternando grandi nomi e giovani emergenti. Il numero 5 del volume, come la mostra, è dedicato infatti al 50° anniversario dello sbarco sulla Luna. Una decina di autori raccontano con le loro fotografie la personale visione del satellite. Una esposizione evocativa e affascinante e un passo per creare una community che condivida la ricerca della qualità e che si ritrovi in una pubblicazione di classe. On stage fino al 17 luglio.

Partner per il food&beverage sono Good Save the Food e Floristeria, che animeranno anche il giardino di Superstudio Più durante i tre giorni dell'evento.

Anche a questa edizione l'evento è sviluppato con la collaborazione di Probeat Agency e nss factory.



FASHIONREBOOT

Per ulteriori informazioni:

Raffaella Imò

Responsabile Ufficio Stampa e P.R. WHITE

Ph +39 02 34592785

raffaella.imo@whitepress.it

Milano, 5 Giugno 2019

