

## 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.

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 cantautore Ghemon.

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.

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!"

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 **CITADELLARTE-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.

"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

