



BREAKING



Un successo. Così è riassumibile l'ultima "tre giorni" di **White Milano** terminata ieri con numeri da capogiro: grazie all'inserimento delle pre-collezioni donna autunno.inverno 2016/17, la fiera più importante della moda di Milano **supera quota 5.000 top buyer su un totale di 7.000 visitatori.** Ma non finisce qui, i dati mostrano un incremento del 22%, rispetto all'edizione di gennaio 2015, dei buyers internazionali.

Questi i numeri, i dati oggettivi. Quello che però questi non dicono è il valore intrinseco che White possiede: grande capacità di ricerca dei brand contemporanei più influenti e una forte know how strategico che anno dopo anno fa crescere le aspettative del pubblico. White ha duplicato il numero degli espositori creando così un'area **OnlyWoman**, una sportswear **W.S.016** - con marchi quali Nonconformist, Superga, LC23 e Kappa - e stringendo una nuova collaborazione per la sezione **WOW** (White On Web) by Highsnobiety con luisaviaroma.com che ha coinvolto dieci aziende tra le quali Blood Brother, Soulland e GCDS.

Mai come quest'anno è stato dato spazio al **valore nostrano dell'artigianalità**; White l'ha rappresentato con la creazione di La Tradizione, il Valore il Bello, dove protagonista assoluto era il lavoro di ventuno artigiani divisi in due sezioni: Training & Show, con sedici aziende che fanno capo a Cna Federmoda, e Exhibition con cinque interpreti dell'antica ars sutoria italiana.

White è un grande evento che unisce sotto di sé tutti i generi di stile della moda contemporanei: dallo streetwear all'artigianato più alto. E lo fa in modo completo, vivo, consegnando – e questo è l'importante – risultati concreti per tutti coloro che vi partecipano.

Il prossimo appuntamento con White è per il 27, 28 e 29 febbraio, durante la settimana della moda, per tra giorni tutti dedicati alla donna.