CORRIERE DELLA SERA

PUBBLICAZIONE: Corriere della Sera
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €30000.00
REACH: 1672000
AUTORE: M.T.V.
PAGINA: 27
SUPERFICE: 15.00 %

> 23 giugno 2026 alle ore 0:00





Vetrine nei resort: «Seguiamo il cliente in vacanza»

White, salone della moda donna, e il format innovativo che si allarga a musica e food

In un momento complesso, le fiere italiane sono quelle che ottengono i migliori risultati, ma occorre impegnarsi per non perdere la leadership nel settore. Chi certamente non dorme sugli allori è la coppia di White, Massimiliano Bizzi (fondatore nel 2000) e Brenda Bellei (ceo). Stagione dopo stagione, la coppia ha fatto crescere il Salone di moda donna, rendendolo un punto di riferimento per i buyer anche per i brand emergenti. Ma la crisi della moda e la situazione geopolitica richiede di essere veloci nel saper cogliere i cambiamenti. E allora, se oggi il consumatore è più propenso a spendere per viaggi e vacanze, bisogna seguirlo nei luoghi di svago, dove sarà più propenso a regalarsi un abito o una borsa. Il settore sempre di più guarda ai luoghi di villeggiatura, non solo per promuovere la griffe, rivestendo spiagge e rifugi, ma anche avviando accordi con resort e alberghi per allestire nuove vetrine.

Con la consapevolezza che oggi lo shopping è sempre più esperienza, White si propone con il nuovo format, un progetto di life style a tutto tondo che debutterà ufficialmente durante la Milano Fashion Week di settembre. E nella visione dei Bizzi sarà rivoluzionario perché avrà anche una parte aperta al pubblico. Ma intanto, un primo assaggio del nuovo format è andato in scena durante la settimana della moda maschile con il salone On *the Beach Powered by White Resort*. Negli negli spazi dell'ex Ansaldo, cerca 100 brand hanno esposto le loro chicche (e alcune si potevano anche comprare), come quelle di Makeno, il principale concept store dell'America Latina creato nel 2011 da due imprenditrici di Medellín, Manuela Rubio e Paola Betancur. «Abbiamo fatto un lavoro di scouting per far venire, i buyer dei migliori hotel di lusso a livello intenzionale, da Bulgari a Rocco Forte fino a Belmond e Atlantis di Dubai, anche grazie a Ice e all'alleanza con l'agenzia True specializzata nel turismo di alta gamma e Allumeuse, attiva nei settori life style a hospitality — spiega Brenda Bellei —. Così White vuole continuare a creare opportunità concrete, proponendosi come una fiera sempre più itinerante. Porteremo On The Beach nelle destinazioni più prestigiose».

M.T.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brenda Bellei
«Abbiamo fatto un lavoro di scouting per far venire i buyer dei migliori hotel di lusso»



Il pop up di Chapters a On The Beach

Tutti i diritti riservati