

SETT 24-25-26-27
TORTONA FASHION DISTRICT

WHITE CRESCE DEL 24% COME ESPOSITORI. INAUGURA QUATTRO NUOVE SEZIONI E DUE NUOVE LOCATION NEL TORTONA DISTRICT. FIRMATO L'ACCORDO DI FILIERA CON LA SIMEST. SI RAFFORZA LA COLLABORAZIONE INTERNAZIONALE CON COSMOPROF.

Raddoppiano i buyer internazionali invitati grazie al sostegno di ICE Agenzia

L'edizione 2026 segna una profonda evoluzione dell'appuntamento di settembre di WHITE, **con un ampliamento della superficie espositiva, l'introduzione di nuove venue e un rafforzamento della squadra commerciale attraverso l'ingresso di ambassador e consulenti internazionali**.

Un percorso che si inserisce nella strategia di valorizzazione del **Tortona Fashion District** come polo di riferimento per la creatività contemporanea, con l'obiettivo di consolidare l'identità e rafforzarne l'attrattività internazionale della Fashion Week di Milano. Il nuovo assetto ha contribuito ad attrarre buyers e brands più strutturati e con una presenza consolidata sui mercati globali, creando un ecosistema sempre più integrato tra moda, design, ricerca e innovazione. Il salone conta sulla presenza di 450 brand oltre ad un incoming rafforzato di **oltre 300 top buyers accuratamente selezionati tra maggiori gruppi di acquisto internazionali**.
Prosegue la partnership commerciale già avviata con **Cosmoprof** con l'obiettivo di rafforzare la sinergia tra **moda**, **beauty** e **lifestyle**.

"*È un lungo cammino, cominciato dal niente 25 anni fa, che oggi mi vede impegnato nel ridisegnare White per renderlo sempre attuale e innovativo, in piena coerenza con il DNA che lo ha caratterizzato fin dall'inizio. Ma, soprattutto, voglio dare a White un grande sviluppo internazionale, grazie all'importante partnership in progress con BolognaFiere: la loro esperienza ci permetterà presto di portare le nostre aziende sulle più importanti piazze internazionali e, allo stesso tempo, di sviluppare finalmente la mia idea di creare in zona Tortona un appuntamento-show dedicato a diversi settori, sempre sotto il nome di White. Di questo percorso sono felice e profondamente orgoglioso."* Commenta **Massimiliano Bizzi Fondatore WHITE**.

"*La collaborazione commerciale con WHITE ha già dimostrato concretamente il potenziale delle sinergie tra i nostri settori*", dichiara **Antonio Bruzzone**, **Amministratore Delegato di BolognaFiere**. "*Moda, beauty e lifestyle rappresentano oggi ecosistemi sempre più interconnessi, nei quali la capacità di creare relazioni tra operatori e mercati internazionali costituisce un elemento distintivo. Vogliamo continuare a valorizzare le competenze di entrambe le realtà, mantenendone le rispettive identità e posizionamenti e creando nuove opportunità di sviluppo. Inoltre la collaborazione in essere con il gruppo WHITE ci consentirà di creare nuove iniziative nel Tortona District e contribuire alla crescita del settore portando WHITE nelle più importanti piazze internazionali del fashion system*".

Tutto ciò rinforza inoltre l'attività di **Cosmoprof** su Milano, dove la società ha la propria sede e dove opera con **Esxence**, oltre a collaborare alla realizzazione di iniziative quali Milano Beauty Week. "*La presenza di WHITE e quella di Cosmoprof a Milano si sviluppano secondo percorsi e posizionamenti distinti e complementari e l'obiettivo è quello di favorire nuove occasioni di collaborazione e valorizzazione reciproca, nel rispetto delle differenti community e dei diversi segmenti di riferimento*", **continua Bruzzone**.

Debutta inoltre un nuovo progetto di aggregazione del **Tortona Fashion District**, attraverso un programma diffuso di eventi aperti alla **fashion community** con **musica**, **pop up**, **esperienze e momenti di intrattenimento che animeranno il distretto ogni giorno**, **dal primo pomeriggio in avanti**. Un palinsesto pensato per prolungare l'esperienza della fiera oltre l'orario espositivo, trasformando il quartiere in uno spazio di incontro, marketing e networking diffuso per gli espositori, i buyer e tutta la fashion community, che anima la settimana della moda milanese.
L'edizione è patrocinata da **Regione Lombardia e Comune di Milano, con il supporto di MAECI – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE Agenzia e in partnership con Confartigianato Imprese**.

Il ripensamento del distretto è stato effettuato grazie ad una accurata selezione di aziende partecipanti, distribuite nel layout espositivo in base alle merceologie di appartenenza, rendendo percorso del salone totalmente buyer oriented e di facile percezione commerciale. Alle storiche location **T27** e **T54 si aggiungono il T35**, che ospiterà **On the Beach**, progetto dedicato al resortwear, e il **T31**, che insieme al T54 è la sede della nuova area **More**, dedicata ai mondi **beauty**, **lifestyle** e **design**.

Presso le location di WHITE per consentire agli operatori di scoprire i nuovi brand e trend in maniera attiva e coinvolgente, sono inoltre programmate diverse life experience, workshop, panel, podcast e tanto altro; le numerose iniziative sono rivolte a tutti i buyer nazionali ed internazionali coinvolti anche grazie al supporto del **Ministero degli Esteri**, al nuovo segmento di **boutique hotel di lusso** ed al pubblico della moda in generale, che popola la città di Milano e la contraddistingue nel mondo. Il **T27 LUCE**, storica location del salone dove tutto ha avuto inizio, accoglie una selezione di brand

di abbigliamento e accessori dei segmenti **contemporary** e **contemporary luxury**, il cui special guest è il marchio coreano **Kimhēkim**. Nelle **Loft** destinate ad aziende strutturate e molto attrattive per il business presentano le loro collezioni il brand **IBELIV**, **Faliero Sarti** e **Monica & Friends**, mentre nel **Basement**, storicamente la destinazione per la ricerca d'avanguardia di WHITE, c'è il marchio **Mr Nelson**.

La sala **LOUNGE** al T27 ospita un importante gruppo tessile internazionale **Keqiao**. che presenta una selezione di **15** già protagonisti del calendario di Milano Fashion Week, a conferma del ruolo di WHITE come hub privilegiato di incontro tra i più dinamici scenari creativi globali. **(vedere allegato)**

Il **T54** ospitera tre nuove sezioni: **Nuvola**, dedicata agli **accessori moda**, **Box**, nuovo hub urban focalizzato su **streetwear**, **activewear** e **denim** e **More** dedicato al mondo **beauty**, al **lifestyle** e al **design**. Il progetto è pensato per coinvolgere sia gli operatori del settore sia il pubblico dei trend follower, contribuendo a rafforzare il ruolo del Tortona District come destinazione internazionale durante la Milano Fashion Week.

Ad arricchire il programma di T54 è **WNLAB**, con workshop e talk quotidiani dedicati ai linguaggi, alle tendenze e ai temi delle nuove culture contemporanee.
Al centro dello spazio è protagonista **Sexdreams**, l'installazione dell'artista milanese Gioele Corradengo, che mette in dialogo street art e moda, creando un ponte tra creatività urbana e fashion culture.

L'anima street di WHITE BOX si estende anche all'esterno di BASE, lungo via Tortona, che ospita attivazioni speciali, merchandising esclusivo e momenti di incontro con la community. Le experience di settembre coinvolgono quindi non solo BASE, ma le diverse location di WHITE, dando vita a un programma diffuso lungo tutto il Tortona Fashion District.

Torna anche il **T35 l On the Beach**, l'area dedicata al **resortwear**, che dopo il successo dell'edizione di Giugno conferma un ricco programma di **talk sui temi dell'hospitality**, del turismo e dell'evoluzione del segmento, realizzati in collaborazione con l'agenzia **Allumeuse**.
Special guest del T35 è il marchio colombiano **Donde Esteban**, noto soprattutto per il suo approccio al *resortwear* e per un'estetica molto colorata e internazionale.
Infine **Odd agency**, agenzia internazionale che collabora con brand premium porta a WHITE i marchi **Andreas Otalora**, **Baobab**, **Haight** e **Leslie Amon**.

"**Curated by Chapters**" porta a WHITE lo sguardo curatoriale di **Federica Montelli**, fondatrice di **Chapters**, attraverso una selezione mirata di brand che riflette il suo approccio editoriale al retail.

La collaborazione, avviata lo scorso giugno in occasione del debutto di On The Beach, prosegue a settembre sviluppandosi tra "On The Beach", dedicata a resortwear e beachwear, "Nuvola", con una selezione di contemporary ed emerging brands e accessori dalle identità distintive, e "More" con una selezione di marchi lifestyle. Nato dall'idea che ogni progetto sia una storia in continua evoluzione, Chapters interpreta la selezione come un racconto fatto di incontri, scoperte e nuovi linguaggi creativi, condividendo con WHITE una visione contemporanea e personale della moda e design..

Guest Designer di White è il marchio del designer **Alessandro Enriquez**, che presenta il suo

lifestyle ironico e sofisticato in un'area interamente ispirata al mood del brand, che contamina le varie aree del salone. **(vedere allegato)**
L'edizione vede inoltre il consolidamento delle collaborazioni con le principali **fashion week**, **istituzioni** e **organizzazioni internazionali**, impegnate nella promozione della creatività e dell'industria della moda, riconoscendo in WHITE la piattaforma di riferimento per la loro stessa promozione.

Si rinnova la partnership con la **Yerevan Fashion Week**, appuntamento di riferimento per la moda armena, mentre si rafforza il dialogo con il Brasile grazie al contributo di un nuovo ambassador e al supporto di **ApexBrasil** – **Agenzia Brasiliana** per la Promozione del Commercio e degli Investimenti – e di **ABEST Brasil**, l'associazione che promuove l'eccellenza della moda e del design brasiliani sui mercati internazionali. **(vedere allegati)**

Prosegue inoltre la collaborazione con l**ICEX España Exportación e Inversiones**, l'ente pubblico spagnolo dedicato all'internazionalizzazione delle imprese, che porta a WHITE una selezione di designer emergenti e affermati, espressione della vivace scena creativa spagnola.

Continua anche l'accordo tra WHITE e **Gran Canaria Swim Week**, una delle principali piattaforme internazionali dedicate allo swimwear e al resortwear. All'interno dell'area **T35 I On the Beach**, Gran Canaria Swim Week è presente con uno spazio dedicato, che offre visibilità alla creatività e progettualità dall'arcipelago delle Canarie.
Inoltre, a conferma della sinergia tra i due eventi, il brand **Chacho SVNRS**, vincitore del **WHITE Milano Award**, premio conferito durante l'ultima edizione di **Gran Canaria Swim Week** espone la propria collezione nell'area Box, entrando in contatto con una qualificata community internazionale di buyer, retailer, stampa e professionisti del settore, provenienti da oltre 100 Paesi. **(vedere allegati)**

WHITE ospita una selezione di brand romeni grazie al supporto di **ARICE – Agenzia Romena** per gli Investimenti e il Commercio Estero, che promuove l'internazionalizzazione delle imprese del Paese valorizzando anche le interazioni con i buyers dai paesi emergenti. **(vedere allegati)**

A esporre le loro collezioni sono presenti dieci selezionati brands indiani, supportati da **FDCI** (The Fashion Design Council of India), ente organizzatore della **Lakmé Fashion Week**. Prosegue anche la collaborazione con il mercato colombiano, grazie al progetto **The Colombia Edit by Makeno**, realizzato con il supporto di ProColombia, in collaborazione con **Makeno**, autorevole concept store di Medellín e punto di riferimento per la valorizzazione del design contemporaneo colombiano. L'iniziativa porta a WHITE una selezione di brand colombiani che presentano le proprie collezioni, rafforzando il dialogo tra i due mercati e favorendo nuove opportunità di internazionalizzazione per il sistema moda colombiano. **(vedere allegato)**

Nei mesi di **Settembre ed Ottobre 2026** proseguiranno le missioni all'estero finalizzate a rafforzare la cooperazione internazionale e consolidare le relazioni con partner istituzionali. "*Le missioni avranno lo scopo di sviluppare nuove opportunità di collaborazione, promuovere iniziative congiunte, monitorare l'avanzamento di progetti di interesse comune e rappresentare l'organizzazione in contesti internazionali strategici, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di crescita, innovazione e sviluppo*" afferma **Brenda Bellei CEO di M.Seventy società organizzatrice di WHITE**.

WHITE ha poi siglato l'accordo **Filiere d'Impatto** con **SIMEST** come anticipato a giugno, per offrire alle

aziende del fashion un supporto ancora più effi cace nei percorsi di crescita e internazionalizzazione. La partnership faciliterà l'accesso agli strumenti di fi nanza agevolata e valorizzerà le opportunità di business generate dagli eventi WHITE, rafforzando la competitività del Made in Italy attraverso la collaborazione tra istituzioni fi nanziarie e operatori della fi liera. **(vedere allegato)**

"*WHITE ha costruito negli anni una sua identità precisa, puntando sulla ricerca e sulla capacità di intercettare ciò che sta cambiando nella moda. Accanto ai marchi già affermati servono spazi nei quali nuovi designer e realtà emergenti possano incontrare buyer e operatori internazionali e misurarsi con il mercato. Appuntamenti come WHITE rafforzano il ruolo della Lombardia nel sistema moda, favorendo contatti, collaborazioni e nuove opportunità per le imprese e per i talenti*." commenta **Debora Massari Assessore Regionale al Turismo**, **Marketing Territoriale e Moda**.

della propria comunicazione globale, un progetto che ha coinvolto il sito web e la campagna di comunicazione, sviluppata con il coinvolgimento di **Back To Apollo**, idea company internazionale, con la quale **M Seventy** ha siglato una partnership finalizzata a fornire servizi e nuove opportunità alle aziende espositrici di White, creando così un ecosistema integrato in grado di sostenere e valorizzare la presenza dei brand all'interno della manifestazione.

"*In questa nuova edizione White consolida la sua proposta allargando il perimetro reale e virtuale a nuovi spazi e a nuovi partecipanti. Il ruolo del salone nell'ambito nell'ambito del sistema moda diventa così sempre più rilevante e contribuisce a rafforzare l'attrattivita di Milano come città della creatività contemporanea"* afferma l'**assessora allo Sviluppo economico**, **Moda e Design Alessia Cappello**.

Desideriamo esprimere il nostro più sincero ringraziamento ai brand che hanno generosamente messo a disposizione prodotti esclusivi per i nostri ospiti:

- IBELIV
- NORT BEACHWEAR
- ODIO L'ESTATE
- MOO CHUU
- M ROSE
- PLEATS MAMA
- MAISON MIEKO
- FRC MILANO
- ARTIST FORTUNE
- TOMBSTONE
- POST & CO
- SUSAN PINTO
- CAYET
- ARYKA

Un ringraziamento speciale va inoltre inoltre al nostro mobility partner **Gruppo Renord S.P.A.** che per tutta la durata del salone metterà a disposizione un servizio di courtesy car, per agevolare gli spostamenti degli operatori in città.

Un ringraziamento agli Sponsor:

- Winelivery
- Villa degli Olmi
- Consorzio Valtenesi

Per maggiori informazioni:
Raffaella Imò
Press Office Manager WHITE
Tel. +39 02 34592785
raffaella.imo@whitepress.it

Con il supporto di
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
ITA ITALIAN TRADE AGENCY
OpportunItaly
Confartigianato 80 1946 2026
Con il Patrocinio di
Regione Lombardia
Patrocinio Comune di Milano
GRAN CANARIA SWIM WEEK
RENORD Insieme sulla strada giusta