PUBBLICAZIONE: ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €16963.61
REACH: 1169904
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 35565083.63
AUTORE:
URL: www.ilsole24ore.com

> 24 giugno 2026 alle ore 10:22

> Versione Online

On The Beach powered by White, il mondo resort strategico per la moda



Il mondo resort si rivela sempre più strategico per le aziende della moda: lo dimostra On The Beach, powered by WHITE il nuovo progetto dedicato alla moda resort, al lifestyle e all'hospitality che ha debuttato dal 18 al 20 giugno presentando 100 marchi selezionati del segmento resortwear, confermandosi come una nuova piattaforma di incontro tra brand, buyer e operatori dell'hotellerie di lusso.

Nato come spin-off di WHITE RESORT, il format tornerà dal 24 al 27 settembre negli spazi del Nhow Hotel di Milano, con un'area interamente dedicata all'universo resort, durante WHITE Milano, nel Tortona District.

L'evento si è svolto sotto il patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, col supporto di MAECI – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di ICE Agenzia e in partnership con Confartigianato Imprese.

«L'innovazione introdotta dal Gruppo M Seventy attraverso la creazione di un format originale e distintivo apre alle aziende nuove opportunità di sviluppo in un segmento finora poco esplorato, quello dei resort internazionali - afferma Massimiliano Bizzi, founder e presidente di WHITE -. L'accordo con True e le interlocuzioni già avviate con un ulteriore partner strategico consentiranno di portare le imprese nei principali resort del mondo, creando occasioni di visibilità, networking e crescita commerciale. La visione individuata in anticipo rispetto al mercato, intercetta le potenzialità di un nuovo modello di business, legato al settore dell'ospitalità e dell'hotellerie, un ambito destinato a diventare sempre più centrale nelle strategie di sviluppo internazionale delle aziende. In questa direzione si inserisce anche la prossima edizione di On the beach, in programma al Nhow di via Tortona 35 dal 24 al 27 settembre, ospitata all'interno di uno spazio dedicato durante WHITE, che offrirà ai brand una piattaforma per presentare collezioni, sviluppare relazioni strategiche e intercettare nuove opportunità di business a livello internazionale».

Tra le principali novità emerse in questa prima edizione, ha preso forma la collaborazione strategica con TRUE, l'agenzia fondata da Luigi De Santis, specializzata in comunicazione integrata, marketing

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €16963.61
REACH: 1169904
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 35565083.63
AUTORE:
URL: www.ilsole24ore.com
> 24 giugno 2026 alle ore 10:22
> Versione Online

territoriale e promozione del turismo di alta gamma, e quella con Allumeuse, realtà internazionale di comunicazione e pubbliche relazioni attiva nei settori lifestyle, hospitality, moda, design e turismo. A completare il programma, si sono tenuti talk tematici dedicati ai principali trend e alle prospettive del comparto, animati dalla partecipazione di opinion leader e professionisti di riferimento del settore turistico. Queste alleanze rappresentano solo un primo passo verso l'avvio di un percorso condiviso, volto a consolidare il posizionamento di On The Beach e a sviluppare nuove connessioni tra moda, ospitalità e destinazioni d'eccellenza a livello internazionale.

Il ceo e fondatore di True , evento leader nel segmento del b2b di luxury hotels, Luigi De Sanctis , intervenuto al Panel di On The Beach, ha dichiarato che sarà felice di collaborare con White per portare la moda nei resort hotel, i quali tanto la richiedono come asset di sviluppo del loro business model ; mai come oggi c'è la richiesta di moda come parte della luxury experience dei top clienti, che si trovano a vivere vacanze da sogno in strutture uniche in Italia e nel mondo.

Le partnership accompagneranno inoltre l'evoluzione del progetto verso una dimensione sempre più itinerante, portando On The Beach in alcune delle più prestigiose destinazioni e trasformandolo in una piattaforma capace di rafforzare ulteriormente le relazioni dei propri marchi clienti, con i buyer dei luoghi simbolo dell'ospitalità internazionale.

I buyer internazionali confermano il successo di On the Beach, sottolineando la qualità della selezione, la scoperta di nuovi brand e le concrete opportunità di business offerte dall'evento.

«L'offerta è molto diversificata: dalle calzature agli accessori, dagli abiti al beachwear, con brand provenienti da diversi Paesi e una presenza significativa di marchi colombiani - Alessandra de Witt Montaudouin, curator & retail strategy consultant di Bulgari Hotels & Resorts. -. Pur trattandosi di un evento dalle dimensioni contenute, questo rappresenta un valore aggiunto: consente infatti di dedicare più tempo al confronto diretto con le persone e ai brand. Ho avuto l'opportunità di scoprire nuove tecniche, approcci creativi e prodotti differenti. Ed è proprio questo che noi buyer cerchiamo: realtà capaci di offrire qualcosa di nuovo e autentico».

Leo Guegan - Accessories and Shoes Buyer Printemps, e Clara Marie Ferrand - Womenswear Buyer Printemps commenta: «Per noi è un'ottima anteprima delle collezioni resort e un'occasione per conoscere nuove realtà. Siamo inoltre molto felici di vedere Chapters protagonista di un pop-up retail con una selezione di brand molto interessante. Allo stesso tempo, siamo entusiasti di scoprire marchi colombiani e altre nuove proposte provenienti da diversi mercati».

«La nostra esperienza è stata estremamente positiva e stimolante. L'evento si è rivelato un'importante occasione per scoprire nuovi brand e approfondire realtà creative particolarmente interessanti. Tra i marchi che hanno maggiormente attirato la nostra attenzione figurano Teti Milano e North Beachwear. Abbiamo inoltre apprezzato molto l'area dedicata alla Colombia, Makeno, che propone una selezione di brand ricca di personalità e contenuti innovativi. Il nostro vero colpo di fulmine è stato Zanatany Concept, grazie alle sue borse in rafia impreziosite da charm originali e raffinati. Abbiamo infine apprezzato in modo particolare l'esperienza retail proposta da Chapters, capace di offrire un approccio coinvolgente e distintivo al prodotto. Nel complesso, On the Beach si è confermato un appuntamento ricco di scoperte, ispirazione e nuove opportunità» aggiunge Cassandra Panganiban e Pauline Pellen, buyer di Galeries Lafayette.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: ilsole24ore.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €16963.61
REACH: 1169904
CATEGORIA DEL SITO WEB: Finance/Finance
VISITE MENSILI: 35565083.63
AUTORE:
URL: www.ilsole24ore.com
> 24 giugno 2026 alle ore 10:22
> Versione Online

«Siamo il principale marketplace globale dedicato ai brand indipendenti, con punti vendita a Los Angeles, Londra e New York. La selezione di marchi presente qui è stata davvero straordinaria. Sono rimasto profondamente colpito dalla qualità e dall'originalità dell'offerta: ho scoperto alcuni dei migliori brand provenienti dalla Colombia e praticamente tutti i marchi più innovativi e distintivi che stanno emergendo in Europa. Ciò che mi ha impressionato maggiormente non è stato soltanto il mix di prodotti, ma soprattutto il livello di innovazione, la ricerca sui materiali e la capacità di proporre nuove soluzioni. Un aspetto particolarmente significativo è che il Regno Unito non è solitamente il primo mercato ad accogliere queste novità; in questo caso, invece, siamo stati decisamente all'avanguardia. Posso affermare senza esitazione che questa è stata una delle migliori format a cui abbia mai partecipato. Contenuti eccezionali, un'organizzazione impeccabile, persone straordinarie e, soprattutto, enormi opportunità di business. C'è davvero una grande quantità di affari da sviluppare» continua Hugo Empson, head of partnerships di Wolf & Badger.

Tra i protagonisti dell'edizione appena conclusasi, 12 brand colombiani selezionati da Makeno (Medellín), concept store fondato da Paola Betancur e Manuela Rubio e oggi punto di riferimento per il design latinoamericano contemporaneo. Spazio inoltre a Monica & Friends by Monica Sarti, nominata recentemente Vice Presidente di WHITE: un progetto che ha interpretato l'evoluzione del concetto di boutique all'interno dei resort attraverso una selezione di eccellenze del segmento.

Presente ad On the beach, anche Chapters, progetto curato da Federica Montelli, che ha aggiunto un nuovo capitolo al proprio percorso creativo, con un pop-up dedicato a brand internazionali, capaci di raccontare una visione contemporanea, autentica e sofisticata dell'estate.

Rinnovata per giugno e settembre 2026 la partnership tra WHITE e Gran Canaria Swim Week (GCSW). Nell'ambito di On The Beach è stata presentata la designer Elena Morales, vincitrice del Premio per la Migliore Collezione Sostenibile GCSW 2025. L'iniziativa, promossa da Gran Canaria Moda Cálida insieme al Cabildo e alla Camera di Commercio di Gran Canaria, mira a rafforzare il processo di internazionalizzazione dei brand dell'isola. Nel corso del 2026 sono previste attività di promozione, networking e comunicazione internazionale, rivolte a buyer, stampa e operatori del settore, oltre alla presenza di GCSW nei progetti On The Beach e WHITE Milano.

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/