PUBBLICAZIONE: hubstyle.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2.81
REACH: 194
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 5909.17
AUTORE: Micaela Panzini
URL: hubstyle.it
> 24 giugno 2026 alle ore 14:28
> Versione Online

On The Beach powered by WHITE: il resortwear si afferma come nuova frontiera del business fashion

Il debutto di On The Beach powered by WHITE conferma la crescita del resortwear e le nuove sinergie tra moda, hospitality e turismo di lusso.



Dal 18 al 20 giugno Milano ha ospitato il debutto di On The Beach powered by WHITE , il nuovo format dedicato al mondo resort, al lifestyle e all'hospitality che segna un ulteriore passo nell'evoluzione del fashion system contemporaneo. Più che una semplice manifestazione fieristica, il progetto si presenta come una piattaforma strategica capace di creare connessioni tra moda, turismo di lusso e ospitalità internazionale, intercettando uno dei segmenti più dinamici del mercato globale. Con 100 marchi selezionati tra resortwear, beachwear, accessori e lifestyle, On The Beach ha confermato l'esistenza di una domanda sempre più forte da parte di buyer, retailer e operatori dell'hotellerie di alta gamma, interessati a costruire esperienze d'acquisto sempre più integrate con il concetto di vacanza e benessere. Nato come spin-off di WHITE Resort , il progetto tornerà dal 24 al

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

PUBBLICAZIONE: hubstyle.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2.81
REACH: 194
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 5909.17
AUTORE: Micaela Panzini
URL: hubstyle.it
> 24 giugno 2026 alle ore 14:28
> Versione Online

27 settembre negli spazi del Nhow Hotel di Milano , all'interno di WHITE Milano, con un'area interamente dedicata all'universo resort. L'evento è stato realizzato con il patrocinio di Regione Lombardia e Comune di Milano, il supporto di MAECI e ICE Agenzia e la partnership di Confartigianato Imprese.

Moda e hospitality: un nuovo ecosistema di opportunità

La vera intuizione alla base di On The Beach è la volontà di superare i confini tradizionali della distribuzione fashion per aprire nuove opportunità commerciali all'interno delle destinazioni turistiche più prestigiose. Come sottolineato da Massimiliano Bizzi , fondatore e presidente di WHITE , il format nasce con l'obiettivo di accompagnare le aziende verso un segmento ancora poco esplorato ma dalle enormi potenzialità: quello dei resort internazionali. Una visione che individua nell'hospitality uno dei principali motori di crescita per i brand e che punta a trasformare hotel e resort in veri e propri hub di relazione tra aziende e consumatori. In questo scenario si inseriscono le collaborazioni strategiche avviate durante la manifestazione con TRUE, agenzia specializzata in comunicazione integrata, marketing territoriale e promozione del turismo di alta gamma fondata da Luigi De Santis , e con Allumeuse , realtà internazionale attiva nei settori moda, design, lifestyle e hospitality. Le partnership rappresentano il primo tassello di un percorso destinato a rendere On The Beach una piattaforma sempre più itinerante e internazionale, capace di accompagnare i brand all'interno delle più importanti destinazioni dell'ospitalità mondiale.

Il riscontro dei buyer internazionali

A confermare la validità del progetto sono stati soprattutto i buyer presenti, che hanno evidenziato la qualità della selezione e la capacità dell'evento di offrire nuove opportunità di business. Tra le voci più autorevoli, Alessandra de Witt Montaudouin , curator & retail strategy consultant di Bulgari Hotels & Resorts, ha apprezzato l'eterogeneità dell'offerta e la possibilità di entrare in contatto con brand capaci di proporre tecniche, materiali e approcci creativi innovativi. Positivo anche il giudizio di Leo Guegan e Clara Marie Ferrand , buyer di Printemps, che hanno definito On The Beach una preziosa occasione per scoprire nuove collezioni resort e approfondire realtà internazionali selezionate attraverso una curatela particolarmente attenta. Dalla Francia sono arrivati inoltre gli apprezzamenti di Cassandra Panganiban e Pauline Pellen di Galeries Lafayette, che hanno individuato nei marchi Teti Milano , North Beachwear e Zanatany Concept alcune delle proposte più interessanti della manifestazione, insieme all'esperienza retail sviluppata da Chapters . Entusiasta anche Hugo Empson , head of partnerships di Wolf & Badger, che ha definito On The Beach una delle migliori piattaforme internazionali alle quali abbia partecipato, sottolineando la qualità dei brand presenti, il livello di innovazione e le concrete opportunità commerciali generate dall'evento.

Dalla Colombia a Gran Canaria: la dimensione internazionale del progetto

Tra i protagonisti della prima edizione spiccano i dodici brand colombiani selezionati da Makeno , concept store di Medellín fondato da Paola Betancur e Manuela Rubio e oggi considerato un punto di riferimento per il design contemporaneo latinoamericano. Presente anche Monica & Friends by Monica Sarti , progetto che interpreta una nuova idea di boutique all'interno dei resort attraverso una selezione di eccellenze del segmento, mentre Chapters , format curato da Federica Montelli , ha portato in scena un pop-up dedicato a marchi internazionali capaci di raccontare una visione autentica e sofisticata dell'estate contemporanea. Lo sguardo verso l'internazionalizzazione si rafforza ulteriormente grazie al rinnovo della partnership tra WHITE e Gran Canaria Swim Week per

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

PUBBLICAZIONE: hubstyle.it
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €2.81
REACH: 194
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 5909.17
AUTORE: Micaela Panzini
URL: hubstyle.it
> 24 giugno 2026 alle ore 14:28
> Versione Online

il 2026. Durante On The Beach è stata infatti presentata la designer Elena Morales , vincitrice del Premio per la Migliore Collezione Sostenibile GCSW 2025, nell'ambito di un programma volto a sostenere la crescita internazionale dei brand dell'isola attraverso attività di networking, promozione e comunicazione dedicate a buyer, stampa e operatori del settore.

Il beachwear al centro delle nuove strategie di mercato

Il successo della prima edizione di On The Beach conferma una tendenza che HUB Style Magazine ha già individuato e approfondito nel suo ultimo numero, dedicando un focus speciale sul beachwear , leggibile alle pagine 80-81 . Un comparto che sta vivendo una significativa evoluzione, spinto dalla crescente contaminazione tra moda, turismo e hospitality di lusso. La manifestazione milanese rappresenta una testimonianza concreta di questo cambiamento, evidenziando come il resortwear stia diventando una delle categorie più dinamiche e interessanti del fashion system contemporaneo. Non più soltanto una proposta stagionale, ma una leva strategica per i brand che desiderano intercettare nuovi consumatori, presidiare destinazioni esclusive e costruire esperienze sempre più immersive. Con il suo debutto, On The Beach powered by WHITE si candida dunque a diventare un osservatorio privilegiato sulle evoluzioni del comparto, contribuendo a definire un nuovo modello di business in cui moda, viaggio e lifestyle convergono in un'unica esperienza .

L'articolo proviene da HUB Style .

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