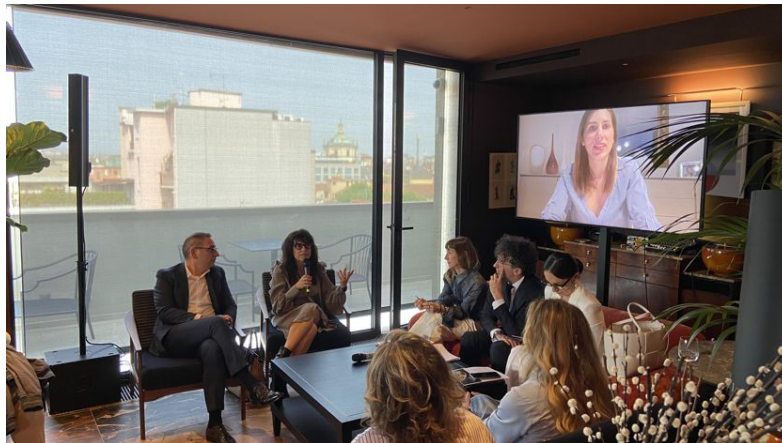




## White torna a giugno con il nuovo format Resort



ServizioEconomia e finanza

La manifestazione torna in città dal 18 al 20 giugno, in concomitanza con la fashion week maschile, con un focus su beachwear e abbigliamento resort

di Redazione Moda

31 maggio 2023



3' di lettura

Si chiama **White** Resort il nuovo format lanciato da **White** Milano, salone della moda contemporary fondato da **Massimiliano Bizzi** nei primi anni Duemila e da allora presenza fissa (con format sperimentali) nel Tortona Fashion District durante le settimane della moda uomo e donna di Milano.

«Da oltre 20 anni **White** rappresenta una finestra di valore sulla moda italiana, un appuntamento in grado di interpretare i trend del mercato e attirare decine di migliaia di operatori del settore ogni edizione, molti dei quali stranieri, a cui raccontare un saper fare italiano che oggi più che mai deve diventare il motore della nostra economia - ha detto Matteo Zoppas, presidente di Ice - Il nuovo format Resort permetterà di mettere in luce una nicchia prevalentemente premium sempre più centrale per le aziende del lusso italiane, quello del resortwear e del beachwear: un segmento in forte ascesa, che nel



2022 ha generato 123 milioni di euro di esportazioni, con una crescita di quasi il 60% sul 2019. Una tendenza confermata anche nei primi due mesi del 2023, dove il nostro Paese va in controtendenza sul resto del mondo, crescendo del 22%».

**White** Resort - che segna il ritorno della manifestazione a giugno dopo le esperienze con WSM, format ibrido tra eventi, talk e aziende dedicato alla sostenibilità - prenderà il via domenica 18 giugno per concludersi martedì 21. La location è, ovviamente, in Zona Tortona: la manifestazione, infatti, si terrà negli spazi di Base Ex Ansaldo, via Tortona 54, Milano. Con il patrocinio del Comune di Milano e con il supporto di Regione Lombardia: «Come in tutti i settori, anche in quello della moda, i grandi marchi i hanno maggior peso e visibilità, dalle passerelle alle Tv nazionali fino al Web, ma la nostra industria del fashion è fatta anche da tante micro-imprese, che sono in mano ad altrettanti giovani imprenditori e imprenditrici del fashion e design. Questi vanno alla conquista di compratori esteri, grazie a '**White**', fiera di un Made in Italy meno conosciuto, ma espressione di lusso ricerca e unicità», ha detto Barbara Mazzali, assessore al Turismo, Marketing territoriale, Moda e Grandi Eventi di Regione Lombardia.

Proprio sulla scia degli eventi che i big player del lusso hanno organizzato ai quattro angoli del mondo ( letteralmente: dal Messico all'Isola Bella sul Lago Maggiore, passando per Rimini e Seoul) per presentare le collezioni cruise o resort (storicamente erano proprio quelle dedicate all'abbigliamento da vacanza, e quindi più casual), la manifestazione sarà dedicata alle collezioni di ricerca nel beachwear e, più in generale, nel segmento resort.



«Sono molto felice che **White** riprenda ad organizzare un evento durante la Settimana della Moda Uomo. Questo dimostra da parte del nostro gruppo una grande capacità di evolversi e leggere attentamente le nuove esigenze del mercato - ha detto **Massimiliano Bizzi**, fondatore di **White** -. Questo format, **White** Resort è dedicato al mondo del beachwear e alle collezioni resort, un settore in grande espansione. Un'evoluzione trasmessa anche alla creatività del format allestitivo, che dialogherà perfettamente con i brand come sempre è stato fatto fin dalla prima edizione di **White** ».



Simona Severini, general manager di **White** (che si occupa anche della selezione dei brand) sottolinea come il cambio di format sia anche legato all'evoluzione dei comportamenti dei consumatori spinta dalla pandemia: «Proprio a causa della pandemia le esigenze dei consumatori sono cambiate e nelle persone è aumentato il desiderio di riprendere a viaggiare, scoprire nuovi luoghi, fare esperienze differenti. Questo ha portato un mutamento nel loro modo di acquistare, che tiene maggiormente conto di questo desiderio preferendolo alle vecchie abitudini. Quindi ad oggi, fare un viaggio e comprare dell'abbigliamento adeguato alla destinazione è una necessità per i consumatori. Siamo fiduciosi che questa edizione di lancio possa raggiungere l'interesse di buyer di importanti boutique e resort, con brand selezionati seguendo criteri come un'accurata ricerca stilistica, design innovativi e attenzione alla sostenibilità nella produzione e nei materiali utilizzati».

