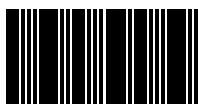


# WHITE<sup>®</sup>

MILANO

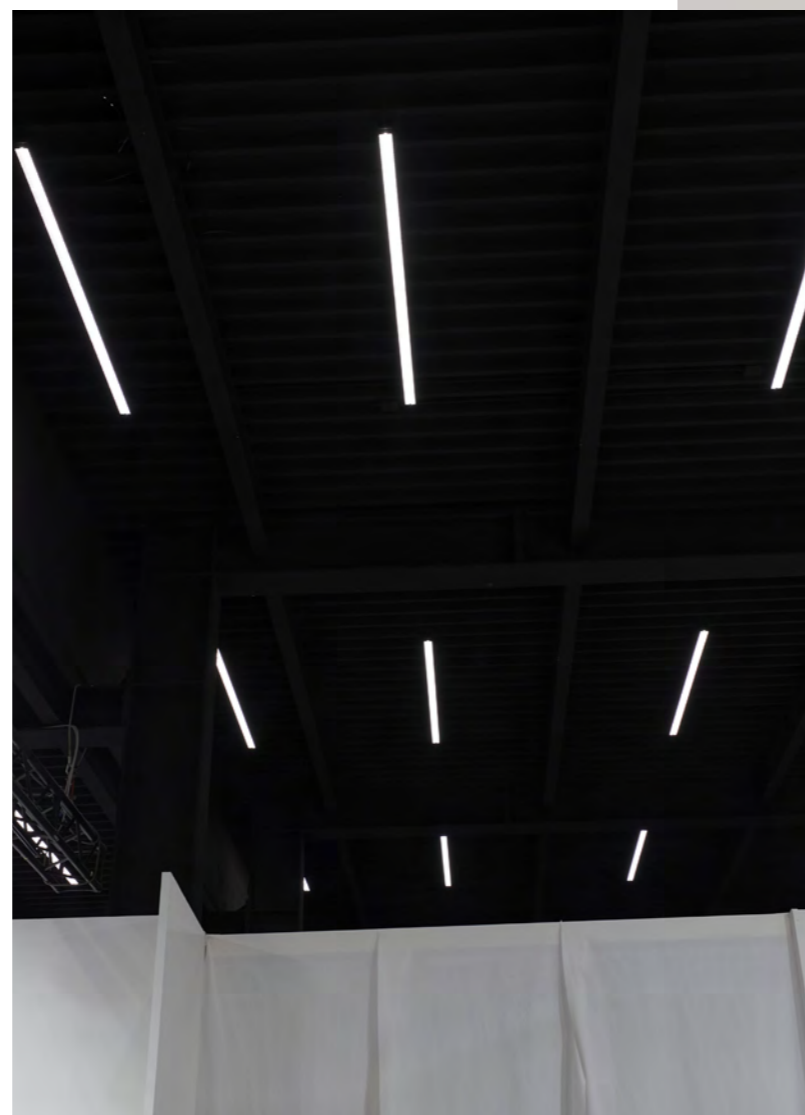
SETTEMBRE  
24.25.26.27  
*2026*

TORTONA  
FASHION  
DISTRICT



- 04 **WHITE LOCATION**
- 05 **BUYER**
- 06 **HOW THE SPACE WORKS**
- 08 **LOFT SPACE**
- 09 **SECRET ROOMS**
- 10 **INSIDE WHITE**
- 11 **BASEMENT**
- 12 **WHITE ACCESSORIES**
- 13 **WHITE TABLE**
- 14 **WHITE RESORT**

**WHITE** MAGAZINE



WHITE FEBBRAIO,  
2026



Dettagli di stile.

**WHITE:  
IL PUNTO  
D'INCONTRO  
GLOBALE  
DELLA MODA**

WHITE è un punto di riferimento internazionale per la moda contemporanea: una piattaforma che anticipa le tendenze e valorizza creatività, design e ricerca nel prêt-à-porter, riunendo brand contemporanei internazionali. Più che un evento, offre un'esperienza immersiva in cui spazi e collezioni dialogano in equilibrio tra estetica e contenuto. Con oltre 350 brand, di cui il 46% esteri e il 54% italiani, WHITE si conferma un appuntamento imperdibile che rappresenta l'eccellenza della moda italiana e internazionale.



# WHITE LOCATION

T27 - Via Tortona 27, Milano.

## SPACE

WHITE si svolge nel Tortona Fashion District, uno dei distretti più dinamici e riconosciuti a livello internazionale per la moda e il design. Nel tempo, questa area si è consolidata come punto di riferimento per la creatività contemporanea, attirando brand, buyer e professionisti da tutto il mondo. Un ruolo chiave in questo sviluppo è stato svolto proprio da WHITE, che stagione dopo stagione ha contribuito a valorizzare il territorio, favorendo l'arrivo di nuove realtà e rafforzando l'attrattività dell'intero distretto.

Per l'edizione di settembre, WHITE si articola in tre location: T27, T54 e T35, i cui spazi, contemporanei ed essenziali, rispecchiano l'identità creativa dell'evento, esaltando lo stile dei brand presenti. Ogni edizione, guidata dalla direzione artistica, costruisce un percorso coerente e sostenibile, caratterizzato da un linguaggio visivo distintivo e immediatamente riconoscibile.



T54 - Via Tortona 54, Milano.



# BUYERS

Qui ricerca stilistica, sensibilità estetica e visione commerciale si incontrano, dando vita a un ambiente in cui idee, tendenze e strategie si intrecciano.

WHITE si conferma come un punto d'incontro privilegiato per i buyer internazionali, ospitando ogni stagione professionisti provenienti da oltre 100 paesi, tra cui USA, Cina, Giappone, Corea del Sud, Danimarca, Francia, Germania, Olanda, Belgio, Gran Bretagna, Irlanda, Spagna, Portogallo, UAE, Brasile e Azerbaigian. Grazie al patrocinio di Regione Lombardia e del Comune di Milano, e al supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, insieme a ICE Agenzia e Confartigianato Imprese, WHITE offre ai buyer un contesto dinamico e in continua evoluzione, dove incontrare operatori del settore, retailer e osservatori del mercato, scoprendo le nuove tendenze del prêt-à-porter internazionale.



## MEDIA COVERAGE

La stampa internazionale ha fornito una copertura dell'edizione di Febbraio 2026 attraverso numerosi articoli online e offline.

### NUMERO TOTALE DI ARTICOLI

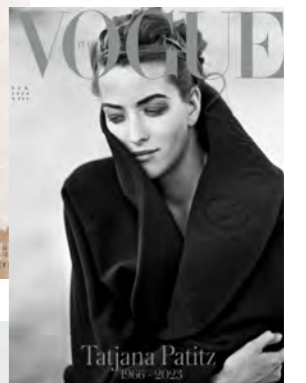
130

OTS

29 MLN

AVE

500 MLN €



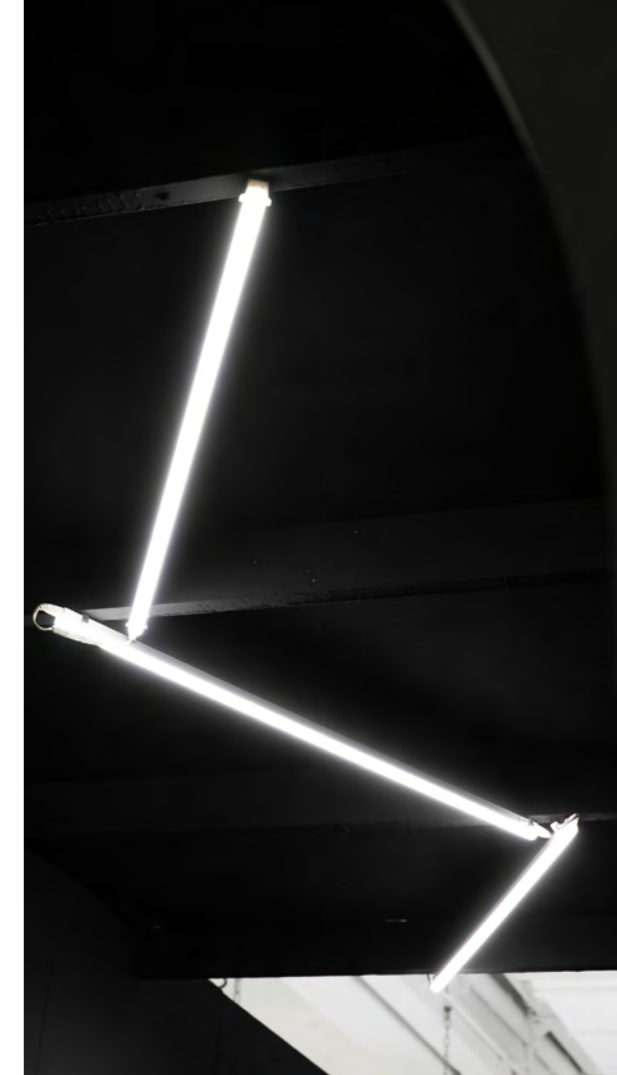
# HOW THE Space WORKS

## DESIGN E MODA IN DIALOGO

L'allestimento di WHITE è concepito come un'esperienza espositiva completamente personalizzabile, in cui ogni brand o designer può esprimere al meglio la propria visione creativa. Gli spazi ampi e luminosi, caratterizzati da soffitti alti, creano un ambiente raffinato che valorizza ogni installazione, permettendo ai visitatori di muoversi liberamente tra gli stand. Fiori ed elementi naturali arricchiscono gli ambienti, aggiungendo colore e vitalità e dando vita a un dialogo armonioso tra moda e natura.



L'assetto espositivo privilegia materiali sostenibili, come il legno naturale che conferisce calore agli ambienti e rispetta i principi di responsabilità ambientale. Il design degli spazi mantiene un'impronta industriale, con strutture metalliche, superfici grezze, tende in lino che esaltano il contrasto tra rigore architettonico e creatività libera. Ogni area è modulabile, consentendo combinazioni infinite e percorsi dinamici, capaci di trasformarsi a seconda delle esigenze.



Un'illuminazione studiata mette in risalto dettagli, texture e materiali, rendendo l'esperienza visiva intensa e coinvolgente. Gli spazi invitano all'esplorazione e all'interazione con i brand, trasformando la visita in un percorso sensoriale in cui ogni elemento racconta una storia. L'allestimento di WHITE unisce così funzionalità, estetica e sostenibilità, dando vita a un ambiente in cui innovazione e creatività trovano piena espressione.



"Un dettaglio artistico dell'allestimento floreale"

Dettaglio della  
campagna  
"Tabula Rasa"  
realizzata dall'artista  
Arash Rادpour

# SECRET ROOMS

**AREE SPECIALI DEDICATE A BRAND SELEZIONATI INTERNAZIONALI**

Grazie alla collaborazione con prestigiosi studi di architettura d'interni, questi spazi uniscono moda, design e architettura in presentazioni emozionali e di forte impatto, affermandosi come luoghi privilegiati di scoperta per i professionisti del settore. Oggi il progetto rappresenta un punto di riferimento esclusivo per chi desidera esplorare le nuove tendenze della creatività contemporanea.



# LOFT Space

**SPAZI ESPOSITIVI AMPI E VERSATILI, PROGETTATI PER ACCOGLIERE SHOWROOM E BRAND AFFERMATI**

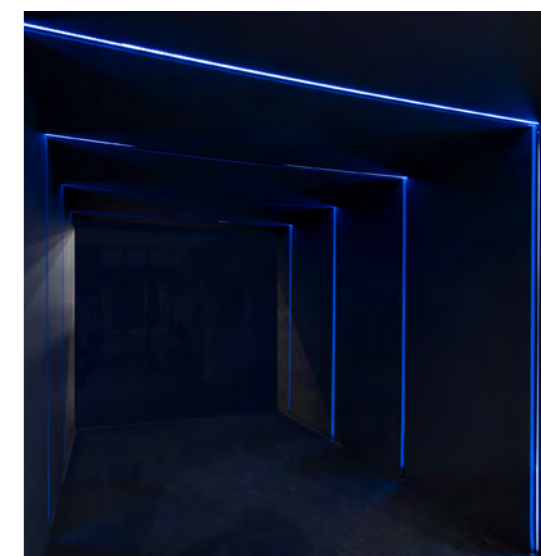
I loft di WHITE Milano sono spazi espositivi ampi e versatili, progettati per accogliere showroom e brand affermati. Offrono layout completamente personalizzabili, che spaziano da allestimenti essenziali a strutture complesse con aree dedicate a incontri e presentazioni, creando ambienti immersivi che riflettono l'identità unica di ogni marchio.

Non si tratta di semplici stand: i loft diventano vere e proprie piattaforme di brand identity, ideali per presentare collezioni, entrare in contatto con il mercato internazionale e sviluppare relazioni commerciali di valore.



Le Secret Rooms sono spazi esclusivi dedicati alla creatività contemporanea, concepiti per valorizzare l'identità unica e il carattere distintivo di ciascun brand all'interno di un contesto intimo e curato nei dettagli. Ogni brand viene accuratamente selezionato per eccellenza e potenziale, garantendo una perfetta sinergia con le strategie del salone e un coinvolgimento mirato dei buyer più qualificati.

Questi spazi offrono ai visitatori un'esperienza immersiva in cui creatività e innovazione si incontrano, dando vita a un'atmosfera dinamica e coinvolgente. Edizione dopo edizione, le Secret Rooms hanno presentato una selezione di brand che si distinguono per il forte impatto visivo e la rilevanza sul mercato, attirando l'attenzione di buyer e stampa internazionali.



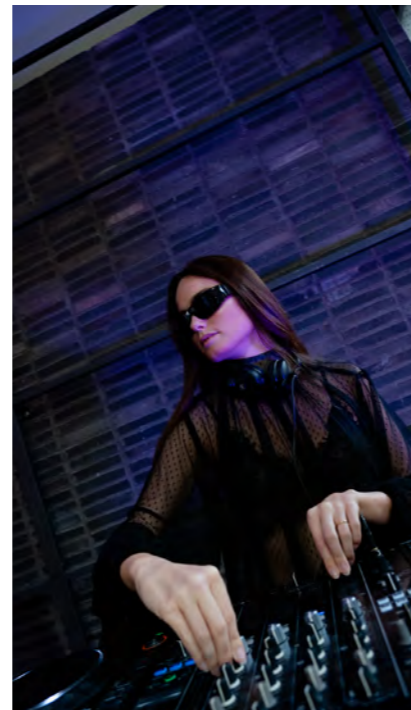
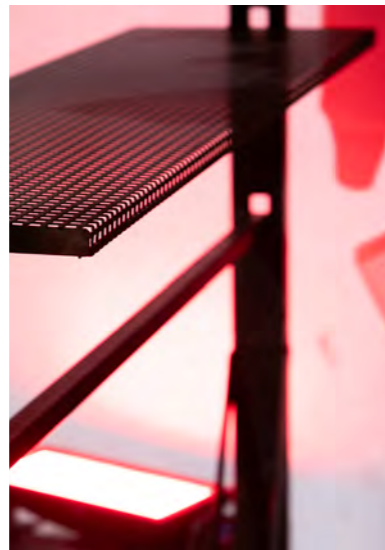


# Basement



Inside WHITE è pensato non solo per esporre, ma per raccontare storie, idee e processi creativi, rendendo visibile l'energia e la passione che stanno dietro a ogni azienda e ogni brand.

Quest'area open space, è pensata per accogliere e valorizzare brand nuovi e di tendenza, offrendo un ambiente contemporaneo in continua evoluzione.

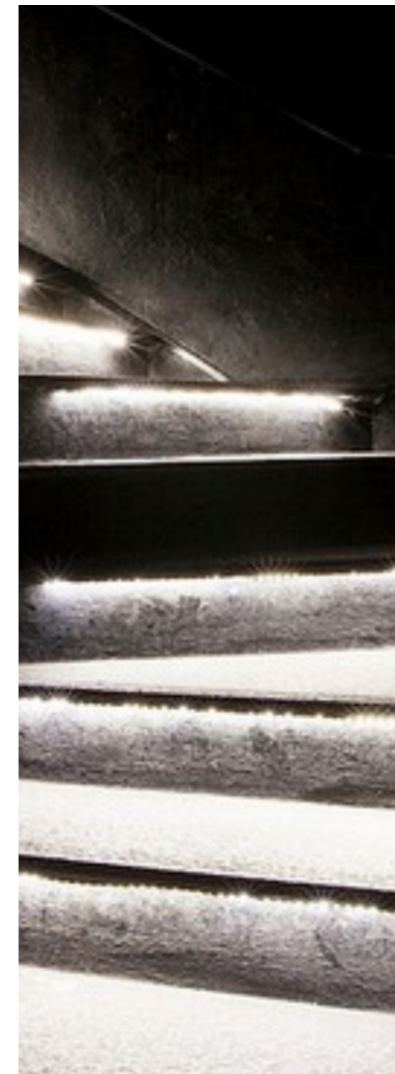


**UNO SPAZIO  
DINAMICO E  
ISPIRAZIONALE**

**IL CUORE  
UNDERGROUND  
DI WHITE,  
DOVE RICERCA,  
SPERIMENTAZIONE  
E CREATIVITA'  
INTERNAZIONALE  
PRENDONO FORMA**

Le aree espositive, sotterranee e avvolgenti, diventano il luogo ideale per scoprire collezioni sperimentali esplorando le tendenze più radicali e innovative, in un habitat unico.

Visitare il Basement significa immergersi in un mondo segreto e affascinante, dove la creatività trova la sua massima espressione.

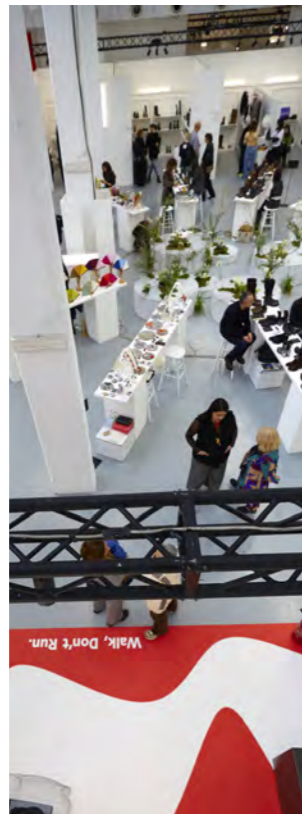


# Inside of WHITE

# WHITE ACCESSORIES



**L'AREA  
ACCESSORI:  
LABORATORIO  
DI CREATIVITÀ  
E INNOVAZIONE**

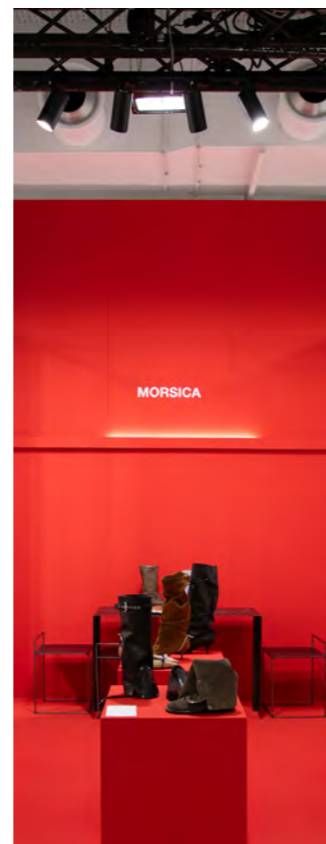


WHITE Accessories rappresenta uno degli hub espositivi più dinamici della manifestazione. In questo spazio, protagonisti sono borse, calzature, gioielli, cappelli e oggetti di design presentati non soltanto come prodotti finiti, ma come vere e proprie espressioni di innovazione, di ricerca sui materiali e di stile contemporaneo. Collezioni e progetti dialogano tra loro,



offrendo una panoramica articolata delle nuove direzioni creative nel mondo degli accessori.

Lo spazio è progettato per valorizzare al massimo l'esperienza tattile e visiva del

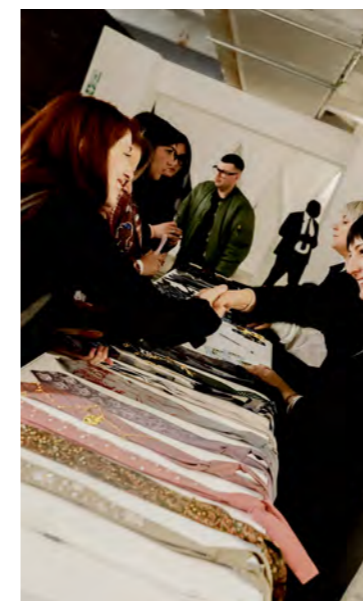


visitatore. Esposizioni curate nei dettagli permettono di osservare da vicino le lavorazioni artigianali, le texture dei materiali, i contrasti cromatici e le forme insolite che caratterizzano ogni creazione. Il percorso espositivo stimola così un'interazione diretta, invitando buyer e visitatori a scoprire l'identità e la qualità di ogni proposta.

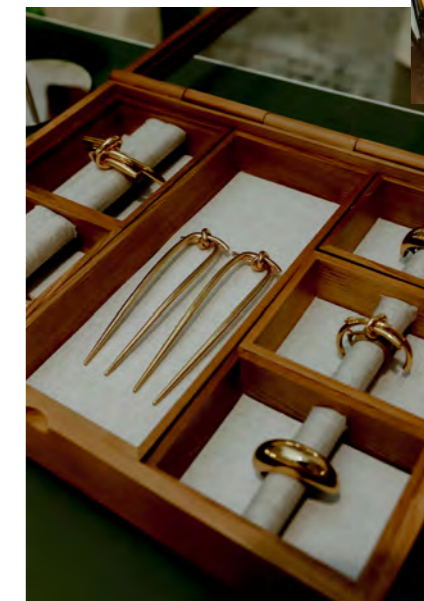
# WHITE TABLE



**CONCEPT  
ESPOSITIVO  
MINIMAL E  
ATTUALE**



La formula allestitiva "WHITE Table" è un concept espositivo minimal e contemporaneo pensato per valorizzare brand freschi e di facile lettura. In questa configurazione, tavoli bianchi essenziali vengono distribuiti in modo diffuso in tutto il salone, creando una sorta di paesaggio di micro-isole espositive. Ogni tavolo diventa il punto d'incontro tra il brand e il visitatore, offrendo uno spazio informale, accessibile e immediato dove presentare prodotti, materiali e storytelling.



# WHITE RESORT

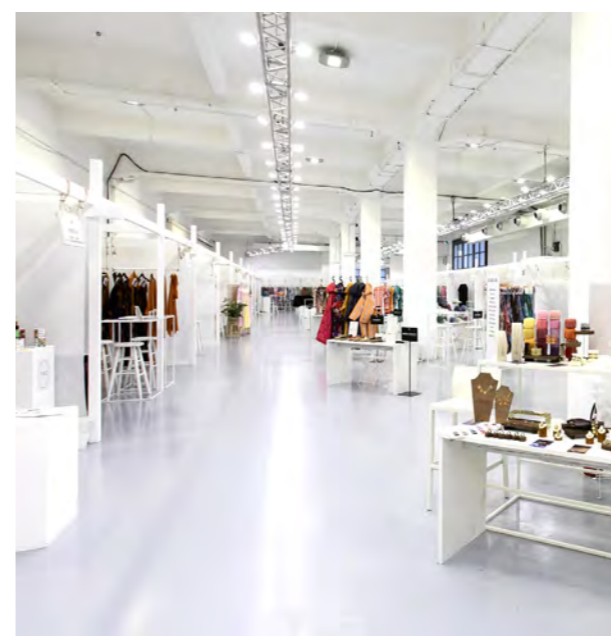
T35  
VIA TORTONA, 35

WHITE Resort si ripositiona con una scelta strategica all'interno dell'edizione di settembre, inserendosi in un contesto già established e con un pubblico consolidato e internazionale. Questa integrazione amplifica visibilità e opportunità, rafforzando il dialogo con buyer e operatori del settore in un momento chiave della Milano Fashion Week Donna.

Il format esclusivo, interamente dedicato a collezioni di piena estate, resort e beachwear, presenta un guardaroba versatile che spazia dall'abbigliamento agli accessori, pensato per accompagnare ogni momento della giornata, tra funzionalità e ricerca stilistica.



L'ambientazione di WHITE Resort è pensata per evocare un'atmosfera luminosa, rilassata e sofisticata, ispirata ai paesaggi mediterranei e alle spiagge dei resort più esclusivi. Gli spazi sono costituiti da gazebo in legno bianco e caratterizzati da materiali leggeri e materici – come lino, cotone, corde intrecciate e ampi teli – oltre a stuoie e arredi in legno, che conferiscono armonia e fluidità allo spazio espositivo. La palette cromatica, dominata da tonalità neutre e sabbia, crea un senso di equilibrio e accoglienza, mentre la presenza di cuscini, tappeti e morbidi tendaggi contribuisce a un ambiente dal forte impatto sensoriale, in cui estetica e comfort dialogano in maniera organica.



# GRAZIE

Contattaci



**[www.whiteshow.com](http://www.whiteshow.com)**



**[www.instagram.com](http://www.instagram.com)**



**[selection@whiteshow.com](mailto:selection@whiteshow.com)**



**[\(+39\) 335 122 2965](tel:+393351222965)**