

CALENDAR

MILANO
FASHION
WEEK®



16/20 JANUARY 2026
MEN'S COLLECTION
FALL/WINTER 2026/2027

MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

CAMERAMODA.IT

@MILANFASHIONWEEK

#MFW

WITH THE
SUPPORT OF



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



OFFICIAL
PARTNERS



OFFICIAL TRAIN
PARTNER

FRECCIAROSSA

OFFICIAL MEDIA
PARTNER

Classeditori

OFFICIAL WATER
PARTNER

FIUGGI

OFFICIAL WINE
PARTNER

FRANCIACORTA

STREAMING AND
VOD PARTNER



OOH STREAMING
PARTNER

URBAN VISION
GROUP

VIDEO CHANNEL
PARTNER

The Asahi Shimbun

DIGITAL CONTENT
PARTNER

**LAUNCH
METRICS**
— ALECTRA company —



MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

CAMERAMODA.IT

@MILANFASHIONWEEK

#MFW

FRIDAY

16 JANUARY 2026

- 10:00/15:00 **K-WAY** **
Via Dell'Aprica, 12
- 11:00/19:00 **MARCELLO PIPITONE - BONOLA** **
Via Bovisasca, 87
- 11:00/20:00 **BIKKEMBERGS** *
Via Stendhal, 36
- 14:00/20:00 **BOGLIOLI** *
Via Manin, 13
- 15:00 **ZEGNA** *
Location In The Invitation
- 15:00/21:00 **BRUNELLO CUCINELLI** *
Viale Montello, 16
- 17:00 **RALPH LAUREN** *
Via San Barnaba, 27
- 17:00/21:00 **PLÅS COLLECTIVE** **
Location Tbc
- 18:00/21:00 **JACOB COHËN** **
Via Clerici, 10
- CNMI OPENING COCKTAIL**
- 20:00 **DSQUARED2** **
Via Rubattino, 56

SATURDAY

17 JANUARY 2026

- 10:00/13:00 **KITON** *
Via Pontaccio, 21
- 10:00/14:00 **LARDINI** *
Via Dell'Annunciata, 23
- 10:00/16:00 **CHURCH'S** *
Via Vivaio, 7
- 10:00/16:00 **BRIONI** *
Via Monte Di Pietà, 10
- 10:00/18:00 **TEN C** *
Via Uberti, 6
- 11:00 **SETCHU** *
Via Privata Rezia, 2
- 11:30/15:00 **MARAGNO** **
Via Bovisasca, 87
- 12:30 **DOLCE&GABBANA** *
Viale Piave, 24
- 13:00/17:00 **BALLY** *
Viale Piave, 42
- 13:00/17:00 **CORTIGIANI** *
Via Santo Spirito, 18
- 13:30/15:30 **MORDECAI** **
Via Antonio Zarotto, 7A
- 14:00/18:00 **PAL ZILERI** *
Via Verri, 8
- 14:00/19:00 **HARMONT & BLAINE** **
Via Tortona, 37
- 14:30 **PRONOUNCE** **
Via Bovisasca, 87
- 15:00/17:00 **CORNELIANI** *
Via Durini, 24
- 17:00 **PAUL SMITH** *
Viale Umbria, 95
- 18:00/21:00 **STONE ISLAND** *
Via Tortona, 31
- 18:30/20:30 **SAGABOI** *
Via Bovisasca, 87

SUNDAY

18 JANUARY 2026

- 10:00 **SIMON CRACKER** **
Via Bovisasca, 87
- 10:00/12:00 **MOARNO** **
Via Bovisasca, 87
- 10:00/13:00 **ELEVENTY** *
Via Visconti Di Modrone, 11
- 11:00 **QASIMI** **
Via Tortona, 27
- 12:00 **VICTOR HART** **
Location Tbc
- 13:00/18:00 **VIAPIAVE33** **
Via Goito, 7
- 14:00 **PRADA** *
Via Lorenzini, 14
- 14:30/19:30 **LATORRE** *
Via Manzoni, 23
- 15:00 **SAUL NASH** **
Via Pietrasanta, 14
- 15:00/18:00 **CANALI** *
Via Gaetano Negri, 6
- 16:00/19:00 **BRETT JOHNSON** *
Via Manzoni, 38
- 16:00/19:30 **MTL STUDIO** *
Via Bovisasca, 87
- 16:00/21:00 **MERIISI** *
Location Tbc
- 17:00/19:00 **TOD'S** *
Via Mozart, 12
- 17:00/20:00 **FERRAGAMO** *
Via Dei Giardini, 16
- 18:00/20:00 **ETRO** *
Via Fiori Chiari, 32
- 18:00/21:00 **MONTECORE** *
Via Montenapoleone, 10
- 19:00 **DOMENICO OREFICE** **
Via Bovisasca, 87

MONDAY

19 JANUARY 2026

- 09:00/12:00 **BOTTEGA BERNARD** **
Via Bovisasca, 87
- 09:30 **DAVID CATALÁN** *
Via Bovisasca, 87
- 10:15 **MIGUEL VIEIRA** **
Via Bovisasca, 87
- 11:30 **GIORGIO ARMANI** *
Via Borgonuovo, 21
- 12:30 **GIORGIO ARMANI** *
Via Borgonuovo, 21
- 16:00/19:00 **PECORANERA** **
Via Bovisasca, 87
- 16:00/19:00 **CASCINELLI** *
Via Bovisasca, 87
- 19:00 **PDF** *
Via Larga, 14

TUESDAY

20 JANUARY 2026

- 09:30 **KENTE GENTLEMEN** *
Digital
- 10:00 **CARNET-ARCHIVE** **
Digital
- 10:30 **RAIMONDI** **
Digital
- 11:00 **SUBWAE** **
Digital
- 11:30 **STATE OF CHAOS** **
Digital
- 12:00 **AJABENG** **
Digital
- 12:30 **ABSENT FINDINGS** **
Digital

BY APPOINTMENTS

- from 16/01 to 20/01 **ARTIOLI** *
Via Bigli, 15
+39 348 706 2886
+39 03 31 84 10 61
- from 16/01 to 18/01 **DUNHILL** *
Via Mozart, 9
rsvp@dunhill.com
- from 16/01 to 17/01 **SANTONI** *
Via Montenapoleone, 9
pressoffice@santonishoesit.com

* Men's Collection ** Women's/Men's Collection

Fashion Shows

Shuttle buses link one fashion show to the other and depart daily on the 16th from 14:00 onwards, and from the 17th to the 18th from 9:00 a.m. onwards

Camera Nazionale della Moda Italiana si riserva di apportare qualsiasi modifica alla struttura del calendario, in relazione alla funzionalità ed alla logistica dello stesso (vedi Regolamento Generale CNMI, scaricabile dal sito internet www.cameramoda.it nella sezione Eventi/Calendari). © Camera Nazionale della Moda Italiana. Proprietà artistica e letteraria riservata. Riproduzione in qualsiasi forma, memorizzazione o trascrizione con qualunque mezzo, sono vietate.



MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

CAMERAMODA.IT

@MILANFASHIONWEEK

#MFW

CULTURAL EVENTS

BERNHARD SCHOBINGER. DEMOCRACY OF MATERIALS

From 12/12/2025 to 01/02/2026 - Galleria 10 Corso Como - www.10corsocomo.com

THE GENTLEMAN. STILE E GIOIELLI AL MASCHILE

From 16/01/2026 to 27/09/2026 - Palazzo Morando Costume Moda Immagine - via Sant'Andrea, 6 - www2.comune.milano.it/web/palazzo-morando

NAN GOLDIN: THIS WILL NOT END WELL

From 11/10/2025 to 15/02/2026 - Pirelli HangarBicocca - Via Chiese, 2 - www.pirellihangarbicocca.org

SUEÑO PERRO. INSTALACIÓN CELULOIDE DE ALEJANDRO G. INÁRRITU

From 18/09/2025 to 26/02/2026 - Fondazione Prada - Largo Isarco, 2 - www.fondazioneprada.org

L'ITALIA SULLA NEVE. GLI ITALIANI E GLI SPORT INVERNALI NEI PERIODICI ILLUSTRATI E NELLA GRAFICA PUBBLICITARIA DALLA RACCOLTA BE

From 19/12/2025 to 22/03/2026 - Musei del Castello Sforzesco - Piazza Castello - www.milanocastello.it

ARTIFICIAL BEAUTY | ANDREA CRESPI

24:00 - From 23/10/2025 to 25/01/2026 - Fabbrica del Vapore - via Procaccini, 4 - www.fabbricadelvapore.org

INDIA. DI BAGLIORI E FUGHE

From 25/11/2025 to 08/02/2026 - PAC Milano - via Palestro, 14 - www.pacmilano.it

EVENTS

FRIDAY 16 JANUARY 2026

16/01-18/01

K-WAY with Vogue and GQ present "Montagna Milano": The Alpine Club in Town. Two days of activations featuring panels, workshops, and après-ski experiences. Open to the public prior registration (Link coming soon). BasicVillage, via dell'Aprica 12.

from 10:00

BLAUER presents Family Gramar. Blauer marks its 25th anniversary with ten masters of photography conducting a single visual orchestra curated by Felice Limosani. Open to the public from 10 to 19:00. Private event from 19:30 to 22:00. Triennale, viale E. Alemagna, 6.

10:00/21:30

RETORI inaugurates its new headquarters, Salotto Retori, and unveils the Chapter 03 collection, the SS'26 coed line, presented within an installation featuring works by artist Manuela Navas. Press presentation from 10 to 16:00. Cocktail to follow from 18:00 onwards. By invitation only.

17:30/21:00

HEVO celebrates its F/W 2026 collection with a cocktail and DJ set. Via Friuli, 62. By invitation only.

18:00

LI-NING celebrates movement, culture, and the brand's evolving sportswear legacy presenting its Fall/Winter men's and women's 2026 runway show. Padiglione Visconti, via Tortona, 58. By invitation only.

from 18:00

CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA - Milano Fashion Week Fall/Winter 2026 Opening Cocktail. By invitation only.

from 21:00

DSQUARED2 following the unveiling of its new runway collection, the brand celebrates with an after-party. By invitation only.

SATURDAY 17 JANUARY 2026

18:30/21:30

EA7 celebrates the Milano Cortina 2026 Winter Olympic and Paralympic Games. Emporio Armani, via Manzoni 31. By invitation only.

SUNDAY 18 JANUARY 2026

18/01-19/01

STONE ISLAND presents PROTOTYPE RESEARCH_SERIES 09, AIR BLOWN LAMINATION ON KNIT, through an installation by Ken-Tonio Yamamoto. Limited editions by design, Prototype Research_Series feature garments born from research and experimentation processes that have not yet been industrialized. Open to the public from 10 to 18:00. Stone Island Showroom, via Tortona, 31.

16:00

ROWEN ROSE presents its Fall/Winter '26/27 men's and women's collection. By invitation only.

18:30/20:30

CAMERA SHOWROOM MILANO, CONFARTIGIANATO MODA & ICE present CSM MEETS SUSTAINABILITY. Private cocktail where selected collections will be presented to foreign and Italian buyers and press. Chiostri di San Barnaba, via San Barnaba, 48. By invitation only.

MONDAY 19 JANUARY 2026

from 22:00

PDF Fall/Winter '26 Runway Show After Party. By invitation only.

Shuttle buses link one fashion show to the other and depart daily on the 16th from 14:00 onwards, and from the 17th to the 18th from 9:00 a.m. onwards

Camera Nazionale della Moda Italiana si riserva di apportare qualsiasi modifica alla struttura del calendario, in relazione alla funzionalità ed alla logistica dello stesso (vedi Regolamento Generale CNMI, scaricabile dal sito internet www.cameramoda.it nella sezione Eventi/Calendari). © Camera Nazionale della Moda Italiana. Proprietà artistica e letteraria riservata. Riproduzione in qualsiasi forma, memorizzazione o trascrizione con qualunque mezzo, sono vietate.

MILANO FASHION WEEK® PRESS KIT

MILANO
FASHION
WEEK®



16/20 JANUARY 2026 MEN'S COLLECTION FALL/WINTER 2026/2027

WITH THE
SUPPORT OF



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Comune di
Milano

OFFICIAL
PARTNERS



OFFICIAL TRAIN
PARTNER

FRECCIAROSSA

OFFICIAL MEDIA
PARTNER



OFFICIAL WATER
PARTNER



OFFICIAL WINE
PARTNER



STREAMING AND
VOD PARTNER



OOH STREAMING
PARTNER



VIDEO CHANNEL
PARTNER



DIGITAL CONTENT
PARTNER



Milano, 10 dicembre 2025 - La Milano Fashion Week®, in programma dal 16 al 20 gennaio 2026, è realizzata con il supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, di **Agenzia ICE** e del **Comune di Milano**. Per questa edizione sono previsti **76** appuntamenti totali: **18** sfilate fisiche e **7** digitali, **36** presentazioni, **3** presentazioni su appuntamento e **12** eventi.

Saranno presenti per la prima volta nel calendario ufficiale delle sfilate **DOMENICO OREFICE, RALPH LAUREN** e **VICTOR HART**.

Per la prima volta nel calendario delle sfilate digitali: **ABSENT FINDINGS, AJABENG, KENTE GENTLEMEN, RAIMONDI, STATE OF CHAOS** e **SUBWAE**.

Ritornano in calendario sfilate **ZEGNA** e **DSQUARED2**, alla cui sfilata seguirà un party.

Presenti per la prima volta nel calendario presentazioni i brand:

- **BOTTEGA BERNARD**
- **DUNHILL**
- **K-WAY**
- **PLÅS COLLECTIVE**
- **MOARNO**
- **SAGABOI**
- **STONE ISLAND**

Ritorna in calendario presentazioni **FERRAGAMO**.

Questa edizione vede anche la celebrazione di importanti anniversari: **BLAUER** il 25° anniversario, **PRONOUNCE** il 10° e **MARCELLO PIPITONE-BONOLA** il 5°.

Tra gli eventi, **EA7 EMPORIO ARMANI** celebrerà con un evento in negozio i Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026.

K-WAY presenterà con Vogue e GQ "*Montagna Milano*": *The Alpine Club in Town*. L'evento si svilupperà in tre giorni e prevede panel, workshop e esperienze après-ski. L'evento sarà aperto al pubblico.

LI-NING celebrerà il movimento, la cultura e l'evoluzione del brand nell'abbigliamento sportivo con una sfilata di presentazione della Men's and Women's Collection Fall/Winter 2026-2027.

STONE ISLAND presenterà *PROTOTYPE RESEARCH_SERIES 09, AIR BLOWN LAMINATION ON KNIT* attraverso un'installazione di Ken-Tonio Yamamoto che propone capi nati da processi di ricerca e sperimentazione non industrializzati.

La campagna di comunicazione della Milano Fashion Week® continua anche in questa edizione a dare risalto ai nuovi talenti e ai luoghi rappresentativi di Milano, sviluppando un percorso narrativo che include la scelta della location e la collaborazione con i **Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026**.



Camera Nazionale della Moda Italiana

Nel contesto di questa collaborazione, iniziata con la campagna della Milano Fashion Week® di giugno 2025, gli scatti sono stati arricchiti anche in questa edizione con **oggetti da archivio** messi a disposizione dal **Museo Olimpico a Losanna**, sede ufficiale della più grande collezione al mondo di patrimonio olimpico e punto di riferimento internazionale per gli appassionati di sport, storia e cultura.

La location scelta per questa edizione è **l'ingresso di uno storico palazzo di Milano** degli anni '40. La campagna è stata scattata dal fotografo **Alessandro Burzigotti**, con lo styling di **Daria Di Gennaro** e con il supporto di **Stilema Studio** per il set design. I brand coinvolti sono: **ASCEND BEYOND, CASCINELLI, FEDERICO CINA, GAMS NOTE, MERIISI, MOARNO, MORDECAI, MTL STUDIO, NOSKRA, SETCHU e VIAPIAVE33.**

Si ringraziano inoltre i brand **ANT 45, GIANVITO ROSSI, GREEN GEORGE, PARABOOT, SANTONI, STETSON e TRUSSARDI.**

Un ringraziamento speciale anche a **Wella Professionals** per aver curato l'hairstyling dei modelli e che, con il proprio team, sarà presente anche a gennaio nei backstage delle sfilate.

La campagna di comunicazione è realizzata da **CNMI, Comune di Milano e Yes Milano** per promuovere la Milano Fashion Week® Men's Collection Fall/Winter 2026-2027 e con questo obiettivo viene veicolata in tutta la città attraverso le affissioni del Comune di Milano.

Anche per questa edizione la Fondazione Sozzani diventa lo spazio di CNMI durante la Fashion Week maschile, con l'obiettivo di sostenere e promuovere i designer della nuova generazione. Sfileranno i brand **DOMENICO OREFICE e SIMON CRACKER**, mentre saranno presenti con una presentazione i brand **BOTTEGA BERNARD, MARAGNO, MARCELLO PIPITONE-BONOLA, MOARNO, MTL STUDIO, PECORANERA e SAGABOI.**

"Milano si configura, come per ogni Fashion week, il crocevia internazionale di incontri, contatti e relazioni che costituiscono quel prezioso patrimonio a supporto della creatività, del know how e dell'innovazione riconosciuti in tutto il mondo e continua a rappresentare, anno dopo anno, il punto di riferimento per gli altri calendari e appuntamenti globali del settore, sia per gli stakeholder che per i tanti appassionati. Diverse location e tanti eventi renderanno anche questa settimana ricca e interessante, in attesa che sulla nostra città si accendano le luci dei Giochi Olimpici" - **Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico e alle Politiche del Lavoro con delega al Commercio, alla Moda e al Design.**

"Milano si conferma città centrale della **moda creativa e della moda maschile**, un luogo in cui identità, sperimentazione e industria continuano a dialogare. Nella **Milano Fashion Week®** istituzioni, imprese, creatività, filiera produttiva e distribuzione lavorano insieme per rafforzare la competitività del Made in Italy a livello globale. Inoltre, CNMI continua a investire nel futuro, **aprendo spazi concreti ai giovani brand e ai nuovi talenti**, perché l'energia creativa delle nuove generazioni è una leva fondamentale per la crescita e l'evoluzione del nostro sistema". **Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana.**

Tutte le sfilate previste in calendario potranno essere seguite su **milanofashionweek.cameramoda.it**, la piattaforma lanciata in occasione delle fashion week digitali e che è diventata un punto di riferimento non solo per gli addetti ai lavori, ma anche per tutti gli appassionati.



Camera Nazionale della Moda Italiana

La piattaforma ospiterà inoltre una sezione dedicata agli **showroom virtuali**, sia multi-brand che monomarca. Ogni showroom avrà la possibilità di presentare, previa approvazione dei brand da parte di CNMI, foto e video delle collezioni, contatti, date di campagna vendita e comunicati stampa. L'area showroom rimarrà attiva anche dopo la settimana della moda per poter essere consultata dagli operatori durante tutta la campagna vendita. Verrà inoltre realizzato un calendario in cui gli showroom potranno indicare le date di campagna vendita e i contatti per poter fissare gli appuntamenti: uno strumento di lavoro utile ai **buyer italiani e internazionali** per poter agevolare la loro agenda, che verrà diffuso tramite i canali di CNMI.

Grazie al supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale** e di **Agenzia ICE**, CNMI continua a promuovere l'arrivo a Milano di influenti buyer internazionali nell'ottica di un supporto concreto ai brand che necessitano di creare rapporti diretti con player globali.

Gli appuntamenti della settimana saranno amplificati in Cina continentale grazie allo streaming e VOD partner internazionale **Tencent Video**, mentre l'OOH streaming partner italiano, **Urban Vision Group**, con cui abbiamo rinnovato la collaborazione anche per il 2026, diffonderà lo streaming delle sfilate e altri contenuti, inclusa la campagna della MFW, attraverso l'impianto LED di Galleria del Corso. Inoltre, grazie al Video Channel Partner **Asahi Shimbun**, sarà possibile visualizzare in Giappone i contenuti della Fashion Week in playback.

Per tutta la durata della settimana della moda, i buyer e i giornalisti selezionati e accreditati da CNMI potranno usufruire di un servizio navetta per spostarsi con facilità tra i vari appuntamenti della fashion week. Maggiori informazioni sono presenti nel calendario.

Ringraziamenti

Ritorna la partnership con **Class Editori**, media partner di CNMI, leader nell'informazione finanziaria, moda, lusso, food e lifestyle. La Milano Fashion Week® Men's Collection sarà raccontata da MF Fashion, quotidiano della moda e del lusso d'Italia e d'Europa e Class TV Moda, canale televisivo italiano che unisce moda, lusso e intrattenimento.

Siamo felici, inoltre, di annunciare il rinnovo della partnership con **YKK Italia** per il progetto annuale Milano Moda Graduate. YKK Italia è consociata italiana del Gruppo giapponese YKK, leader nella produzione di chiusure lampo e sistemi di chiusura, e sinonimo di innovazione, tecnologia e sostenibilità in tutto il mondo.

Un ringraziamento speciale va anche a tutti gli altri partner ufficiali di Camera Nazionale della Moda Italiana: **Certilogo**, **Wella Professionals**, l'official train partner **Frecciarossa**, l'official water partner **Fiuggi**, l'official wine partner **Franciacorta** e il partner istituzionale **Comune di Milano**.

CONTATTI

CNMI

Beatrice Rossaro | beatrice.rossaro@cameramoda.it | +39 344 0426098

ES_PR

Antonio Colella | antoniocolella@emanuelaschmeidler.com | +39 342 3679170



Camera Nazionale della Moda Italiana

MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION FALL/WINTER 2026

Milano & Partners e Camera Nazionale della Moda Italiana rinnovano la collaborazione anche in occasione della Milano Fashion Week® Men's Collection di gennaio 2026 attraverso una campagna che racconta l'evoluzione della Milano olimpica, insieme al Museo Olimpico, nell'ambito delle Olimpiadi Culturali di Fondazione Milano Cortina 2026, il programma multidisciplinare, plurale e diffuso che animerà l'Italia per promuovere i valori Olimpici e valorizzerà il dialogo tra arte, cultura e sport, in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici che l'Italia ospiterà rispettivamente dal 6 al 22 febbraio e dal 6 al 15 marzo 2026.

La campagna ufficiale della **Milano Fashion Week® di gennaio 2026**, presentata da Camera Nazionale della Moda e da Milano & Partners, rappresenta una nuova tappa del percorso avviato nel 2025 e che con oggi viene ulteriormente consolidato. La collaborazione con il **Museo Olimpico**, già al centro delle precedenti edizioni, continua a rappresentare un ponte prestigioso tra la città e l'universo olimpico, offrendo l'opportunità di valorizzare oggetti iconici che raccontano la storia, l'evoluzione e il potenziale dello sport.

La campagna della Milano Fashion Week 2026

La campagna arriva in un momento cruciale per Milano: la città è immersa in un processo di trasformazione che la sta portando verso i **Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano Cortina 2026**. Il progetto creativo, che integra moda, sport e patrimonio olimpico, diventa così una forma di narrazione visiva della **Milano olimpica**, una città che cresce, si struttura e si prepara ad accogliere un appuntamento globale con un approccio sempre più integrato.

Le immagini che utilizzano i cimeli del Museo Olimpico non sono soltanto un omaggio estetico: diventano un simbolo dei passi avanti compiuti nell'ultimo anno, della crescente consapevolezza internazionale del ruolo di Milano e della sua capacità di connettere discipline, linguaggi e comunità diverse. Così come le discipline invernali evolvono nella tecnica e nelle prestazioni, la città evolve nelle infrastrutture, nell'accoglienza, nella cultura e nella visione. La campagna riflette proprio questa metamorfosi: una Milano che si muove, accelera, e si lascia ispirare dai valori olimpici di eccellenza, rispetto e amicizia.

Fiorenza Lipparini, Direttrice Generale di Milano & Partners, dichiara:

"Questa campagna segna un nuovo passo nello storytelling di Milano Città Olimpica. La collaborazione con il Museo Olimpico, ormai solida e continuativa, ci permette di raccontare un percorso di evoluzione che rispecchia quello della città: un movimento collettivo verso i Giochi del 2026, dove innovazione, creatività e spirito sportivo convivono. Attraverso oggetti che hanno attraversato la storia olimpica, Milano mostra la propria identità internazionale e la sua capacità di costruire progetti integrati e di lungo respiro. È un modo per dire, ancora una volta, che siamo pronti, e che lo siamo con stile, visione e partecipazione."

Angelita Teo, Direttrice del Museo Olimpico, continua:

"Mettere a disposizione alcuni cimeli delle nostre collezioni per questa nuova campagna permette di annunciare i Giochi da una prospettiva diversa, attraverso il linguaggio della moda e del design. La collaborazione con Milano & Partners rappresenta un'opportunità concreta per avvicinare il pubblico ai valori olimpici in modo originale e creativo. Le Olimpiadi, infatti, non sono solo competizioni, risultati e imprese sportive, ma sono anche straordinarie occasioni di condivisione di design, moda, musica, arte e cultura diffusa."

Domenico De Maio, Education and Culture Director di Fondazione Milano Cortina 2026, commenta:

"Si consolida sempre più la sinergia con la Milano Fashion Week. Un tassello fondamentale e vivace dell'Olimpiade Culturale di Fondazione Milano Cortina 2026 che ha l'obiettivo di promuovere i valori Olimpici e Paralimpici e valorizzare il dialogo tra arte, cultura e sport. Questa campagna ne è la perfetta sintesi. La Fashion Week è da sempre una vetrina internazionale del talento e dell'eleganza italiana, e la nostra partnership rappresenta un ponte naturale verso i Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali, che saranno un palcoscenico globale per il Made in Italy. Continuare a lavorare insieme significa rafforzare un racconto corale che celebra creatività, innovazione e identità, costruendo un'eredità culturale destinata a durare ben oltre i Giochi."

I cimeli del Museo Olimpico scelti per la campagna

La campagna 2026 presenta una selezione di oggetti provenienti dalle collezioni del Museo Olimpico, simboli di epoche e tecnologie diverse uniti dallo stesso spirito olimpico e testimonianze autentiche della storia dei Giochi: un casco da Sci proveniente dai Giochi Olimpici Invernali di Beijing 2022, un paio di sci da salto dell'edizione di Albertville 1992, una tavola da snowboard degli anni '80 e dei bastoncini da discesa.

Tencent Video è nuovamente confermato come partner ufficiale di streaming e VOD in Cina per la Milano Fashion Week® Men's Collection FW2026/2027.

10 dicembre 2025 - Con la crescente popolarità delle dirette e della logica dei social media, il modello di "cloud runway" costruito congiuntamente da Tencent Video e Milano Fashion Week® è diventato la nuova normalità nell'industria del fashion di lusso. Grazie all'inatteso effetto comunicativo e all'influenza nel settore, Tencent Video ha raggiunto un accordo con la Camera Nazionale della Moda Italiana per essere il partner ufficiale di streaming e VOD in Cina per la Milano Fashion Week® Men's Collection FW2026/2027.

In realtà, dal primo progetto di collaborazione nel febbraio 2020 a oggi, Tencent Video ha portato a termine diversi cicli di fashion week con la Milano Fashion Week®.

Grazie all'esperienza integrata e immediata nella fruizione delle sfilate, creata da Tencent Video e Tencent Fashion, gli utenti della piattaforma hanno sviluppato l'abitudine di guardare gli show su Tencent Video. Le 58 sfilate della Milano Fashion Week® Women's Collection SS2026 hanno attirato oltre 34 milioni di spettatori alla diretta online.

Con l'ampia influenza di celebrità e influencer, il traffico di Tencent Video può collegarsi ad altri ecosistemi social, massimizzando l'effetto delle dirette. Alla fine della Milano Fashion Week® di settembre di quest'anno, il numero di visualizzazioni degli hashtag #WatchShowsTogetherOnline# e #MissGooseFashionWeek# lanciati da Tencent Fashion su Weibo ha superato i 900 milioni.

Nella prossima collaborazione, Tencent Video e la Camera Nazionale della Moda Italiana lavoreranno insieme anche alla creazione di ulteriori IP dedicati alla moda.

Grazie all'integrazione dei touchpoint e dei canali online e offline, all'interno dell'ecosistema sociale in cui opera Tencent Video c'è ancora un enorme potenziale per esperienze digitali innovative legate alle sfilate di moda.



URBAN VISION GROUP continua a far vivere la moda nella città per la Milano Fashion Week® Men's Collection FW 2026/2027

Streaming, contenuti ADV e attivazioni digitali in Galleria del Corso

Milano, 10 dicembre 2025 – Urban Vision Group, creative-tech media company e partner di Camera Nazionale della Moda Italiana dal 2020, prosegue il percorso innovativo avviato nelle precedenti edizioni della Milano Fashion Week®, accompagnando la città in una nuova fase dedicata alle collezioni Uomo Autunno-Inverno 2026/2027, in programma dal 16 al 20 gennaio.

Per questa edizione, Urban Vision Group conferma il presidio strategico nel cuore di Milano attraverso l'impianto digitale di Galleria del Corso 2, punto nevralgico che ospiterà per il sesto anno consecutivo lo streaming delle sfilate della Milano Fashion Week®. Un'infrastruttura perfettamente integrata nel tessuto urbano, progettata per valorizzare il racconto della moda e moltiplicarne la visibilità presso cittadini e visitatori.

La scelta di concentrare la presenza sul maxi-impianto di Galleria del Corso rappresenta un'evoluzione naturale del progetto e consolida il ruolo di Urban Vision Group come hub creativo e tecnologico capace di amplificare i momenti chiave del calendario moda, rendendo accessibili a un pubblico sempre più ampio gli appuntamenti della Milano Fashion Week®.

Urban Vision Group, attraverso tecnologie avanzate e contenuti originali, contribuisce da anni a valorizzare Milano come capitale mondiale della moda, sostenendo il dialogo tra brand, pubblico, appassionati e istituzioni e rafforzando il legame tra creatività e innovazione che contraddistingue la Milano Fashion Week®.

Urban Vision Group è una **Media Company**, che innova la comunicazione urbana attraverso lo sviluppo di progetti d'avanguardia per generare community e trasformare le città in luoghi sempre più stimolanti e inclusivi. Combinando media, creatività, tecnologia e dati, Urban Vision Group incontra le passioni delle persone creando nuove straordinarie esperienze, pensate per portare valore alla collettività e rendere la vita urbana più vibrante e dinamica.

Urban Vision Group opera in sinergia attraverso differenti **linee di business**:

Urban Vision OOH, azienda leader e pioniera nell'Out of Home, e con un heritage nel fundraising finalizzato al recupero del patrimonio artistico; offre soluzioni d'avanguardia nel contesto di comunicazione urbana sempre più integrate e digitalizzate, e ha ampliato il suo raggio d'azione anche negli spazi extraurbani operando nel segmento del transit.

UV Lab, specializzata in design, progettazione, produzione e realizzazione nell'arredo urbano advertising ed eventi speciali.

Urban Vision Group **promuove un rinascimento urbano sostenibile** che, attraverso nuove modalità di comunicazione, unisce il fisico al digitale, le città tra loro, le periferie al centro, il presente al futuro, i brand e le persone tra loro. In continua espansione, opera in **18 Paesi** e conta **4 sedi**, di cui due attive in Italia, e in Inghilterra e Spagna. Urban Vision Group ha inoltre conseguito la certificazione ISO 14064-1:2018 per sistema di gestione, monitoraggio e rendicontazione delle proprie emissioni di gas serra, e dal 2022 pubblica il Bilancio di Sostenibilità. Nel 2024 ha avviato il percorso ESG e integrato Politiche di Parità di Genere, riconosciute con la certificazione PdR UNI 125:2022. È inoltre certificata UNI EN ISO 9001:2015, ed è dotata di Codice Etico e Modello Organizzativo 231.

Urban Vision Group è inoltre **Official Supporter** del **Giubileo 2025**.

Contatti

Ufficio Stampa SocialCom Italia:

ufficiostampa@socialcomitalia.com | 333 778 5680

URBAN VISION
GROUP

THE ASAHI SHIMBUN DISTRIBUISCE I CONTENUTI DELLA MILANO FASHION WEEK® IN GIAPPONE

Milano, 10/12/2025 – The Asahi Shimbun Company (Katsu TSUNODA, Presidente e Chief Operating Officer) continuerà a distribuire i contenuti video della Milano Fashion Week®, che si terrà dal 16 al 20 gennaio 2026, come Video Channel Partner in Giappone insieme a Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI). Ciò prosegue la collaborazione avviata con le edizioni di Milano Fashion Week® tenutesi a luglio, settembre 2020, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2021, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2022, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2023, gennaio, febbraio e giugno, settembre 2024, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2025.

Una pagina web speciale dedicata alla MFW

(<https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026aw/>) sarà pubblicata sulla sezione moda (<https://www.asahi.com/special/fashion/>) del sito di notizie *The Asahi Shimbun Digital* (<https://www.asahi.com/>). Su questa pagina, Asahi distribuirà i contenuti video delle collezioni di ogni brand. Sono previste interviste con i designer e altri contenuti, mentre i redattori di moda di Asahi pubblicheranno articoli descrivendo le collezioni per presentare le tendenze più all'avanguardia.

Informazioni su The Asahi Shimbun

The Asahi Shimbun celebrerà il 150° anniversario dalla sua fondazione il 25 gennaio 2029; dal suo primo numero del 1879 è considerato uno dei quotidiani più autorevoli del Giappone e oggi mira a evolversi in un'impresa mediatica completa, offrendo informazioni e servizi che arricchiscono la vita delle persone, mantenendo il giornalismo come nucleo centrale.

Combinando i punti di forza e le competenze dei media del gruppo — quotidiani, riviste, televisione, digitale ed eventi — genera maggiori sinergie per le strategie di comunicazione promozionale e di marketing. L'eccellenza di Asahi nel raggiungere segmenti di mercato influenti offre soluzioni di marketing efficaci per il raggiungimento dei vostri obiettivi.

La "Milano Fashion Week® Special Page" su The Asahi Shimbun Digital

The Asahi Shimbun Company, che è partner media dal luglio 2020 per il live streaming dei contenuti, presenterà pagine speciali dedicate alla Milano Fashion Week® (<https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026aw/>) nella sezione moda di Asahi (<https://www.asahi.com/special/fashion/>), relativa all'edizione che si svolgerà dal 16 al 20 gennaio 2026. Riporterà questa edizione con una varietà di foto e articoli di commento, all'interno di pagine ben progettate e di alta leggibilità, molto apprezzate dall'industria della moda e dal pubblico nelle edizioni precedenti. Asahi continuerà a pubblicare articoli legati alla moda, nonché le ultime tendenze dei brand e delle collezioni da tutto il mondo anche dopo la conclusione della MFW.

Fashion Page di Asahi: <https://www.asahi.com/special/fashion/>

Milano Fashion Week Special Page: <https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026aw/>

Calendario Milano Fashion Week: 16-20 gennaio 2026

La rete di Asahi Shimbun

The Asahi Shimbun ha una tiratura quotidiana di oltre 4,4 milioni di copie e 140 milioni di visualizzazioni mensili su The Asahi Shimbun Digital. Si avvale di una rete di raccolta e diffusione delle notizie in Giappone e all'estero, con 180 sedi operative, incluse ventinove redazioni internazionali, coprendo i principali ambiti della società giapponese: politica, economia, sport e cultura. Organizza inoltre numerose mostre d'arte, concerti, eventi culturali e sportivi.

Public Affairs, The Asahi Shimbun Company: koho2025@asahi.com

The Asahi Shimbun

CERTILOGO E CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA (CNMI) – UNA PARTNERSHIP DI VALORE

Gli obiettivi chiave della collaborazione:

- Aumentare la consapevolezza sul potenziale di business dei prodotti connessi e sull'importanza dell'autenticazione digitale nel favorire la fiducia tra brand e consumatori
- Supportare l'adozione del Digital Product Passport da parte dei brand per affrontare le sfide di conformità e generare valore a lungo termine
- Rafforzare il Made in Italy grazie a tecnologie innovative e alla smart circularity

Milano, 10 Dicembre 2025 - Per il quinto anno consecutivo, Certilogo rinnova il proprio impegno al fianco della Camera Nazionale della Moda Italiana, tracciando un percorso condiviso che mette in luce i valori fondamentali comuni: il ruolo sempre più cruciale del Digital Product Passport e dell'innovazione tecnologica nel settore moda; la circolarità e la tracciabilità come elementi essenziali per la tutela dei consumatori e dell'ambiente; e la protezione del Made in Italy, missione imprescindibile per entrambi i partner.

Alla luce della prossima legislazione europea sui Digital Product Passport, Michele Casucci, Founder e General Manager di Certilogo, sottolinea l'importanza del 2026 come anno cruciale per il settore moda:

"Questo è un momento storico. È il momento in cui la moda diventa davvero 'digitale'. Abbiamo l'opportunità di guidare una trasformazione radicale, e il rinnovo della nostra partnership con Camera Nazionale della Moda Italiana conferma il nostro impegno a coinvolgere i leader del settore, condividere la nostra expertise e contribuire a un futuro più sostenibile."

La collaborazione tra Certilogo e Camera Nazionale della Moda Italiana proseguirà per tutto l'anno, con il lancio di nuove iniziative volte a guidare la trasformazione digitale della moda e ad aprire nuove opportunità di business per i brand.

Certilogo e Camera Nazionale della Moda Italiana lavorano inoltre congiuntamente per sensibilizzare il settore sull'importanza della sicurezza e dell'autenticazione come elementi chiave per costruire fiducia nei consumatori.

La missione di Certilogo è aiutare i brand a sbloccare il pieno potenziale dei prodotti connessi, creando esperienze coinvolgenti capaci di unire mondo fisico e digitale.

Perfettamente integrabile con qualsiasi piattaforma, il sistema Certilogo protegge i prodotti grazie al suo approccio proprietario Secure by Design™, frutto di 20 anni di esperienza nel settore. L'azienda supporta i brand nel garantire tracciabilità, sostenibilità e circolarità ai loro prodotti – indipendentemente dai canali utilizzati per fornire informazioni, contenuti o servizi.

Certilogo

Certilogo è una piattaforma SaaS che permette ai brand della moda e del lusso di connettere digitalmente i propri prodotti attraverso un'identità digitale sicura, grazie alla quale i consumatori possono verificare l'autenticità dell'articolo in pochi secondi, accedere al Digital Product Passport del prodotto e interagire con contenuti e servizi a valore aggiunto offerti dal brand.

Il servizio Certilogo viene utilizzato da 1 utente ogni 3,8 secondi in oltre 180 paesi ed è disponibile in 10 lingue. I prodotti degli oltre 80 brand fashion che hanno scelto Certilogo sono connessi alla piattaforma tramite identificativi unici in formato RFID, NFC, QR code, numerico e digital fingerprinting, e vengono verificati rapidamente e in maniera affidabile dai consumatori tramite qualsiasi dispositivo digitale.

L'approccio Secure by Design™ di Certilogo deriva da anni di esperienza nella gestione sicura e controllata delle identità digitali uniche associate ai prodotti. Oltre al servizio di autenticazione basato su tecnologie di intelligenza artificiale, gli utenti possono accedere a contenuti e servizi offerti dai brand, connettersi con i marchi che amano attraverso esperienze digitali esclusive e usufruire di servizi di smart circularity, estendendo il valore del prodotto nel tempo.

Per maggiori informazioni: discover.certilogo.com

Media Contact

PR & PRESS | AD MIRABILIA

certilogo@admirabilia.it | Tel. +39 02 4382191

Sarah Pari | Cell. + 39 340 909 6543 Isabella Foschi | Cell. +39 342 054 1546



Wella è Official Partner della Milano Fashion Week® Men's Collection FW26/27

Dal 16 al 20 gennaio 2026 sfileranno, accanto alle collezioni moda FW 26/27, le nuove tendenze dedicate al grooming maschile

10 Dicembre 2025 – Anche per la prossima edizione della **Milano Fashion Week® Men's Collection FW26/27**, in programma dal **16 al 20 gennaio 2026**, **Wella Professionals** rinnova la sua collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, confermandosi **Official Partner**. Dalle passerelle milanesi nasceranno le nuove ispirazioni e i trend più innovativi dedicati allo stile e alla cura dell'uomo.

Capelli e barba sono oggi elementi chiave nella definizione dell'identità personale e dello stile. In un contesto dinamico e creativo come quello della Milano Fashion Week®, rappresentano dettagli fondamentali per completare e valorizzare ogni look. Le acconciature firmate dagli **hairstylist Wella Professionals**, frutto di tecnica, creatività e precisione, sanno trasformare ogni outfit – dal più classico al più audace – in un'espressione unica di stile e personalità. L'obiettivo del brand è proprio questo: portare in passerella **hairlook capaci di emozionare e di esaltare il carattere delle collezioni** proposte dai fashion stylist con cui collabora.

"Dalle passerelle più prestigiose vogliamo proporre idee che sappiano emozionare e valorizzare l'identità di ogni stilista," – afferma Paola Di Furia, Brand PR Manager Wella Company. – "Il mondo Wella è un universo in continua evoluzione, dove la cura e la bellezza dei capelli si arricchiscono ogni giorno di nuove conoscenze e competenze. Tutto questo si traduce in prodotti d'eccellenza e nel talento dei nostri hairstylist partner, un binomio su cui ogni maison di moda può contare per esprimere al meglio la propria visione."

La lunga esperienza di Wella nei backstage di moda, cinema e spettacolo rappresenta un patrimonio prezioso al servizio della creatività. Un dialogo costante tra hairstylist e mondo fashion che genera ispirazione reciproca, mettendo sempre al centro la bellezza e il benessere della persona. Nei saloni Wella, questa filosofia prende vita ogni giorno grazie all'impegno dei professionisti e alle performance elevate dei prodotti del brand.

Per scoprire in tempo reale i **backstage più esclusivi**, l'appuntamento è su **Instagram: @wellaprofessionals_italia**.

Per restare sempre aggiornati:

#MFW2026

#WellaMFW

www.wella.com/professional/it-IT/home

Per informazioni la stampa può contattare:

Marcella Maggi | On Point Pr | tel. 02/36515820 | email: marcella.maggi@onpointpr.it

Paola Di Furia | Brand Pr Manager Wella Company | e-mail: paola.difuria@wella.com



FRECCIAROSSA DI TRENITALIA E MILANO FASHION WEEK® IN VIAGGIO PER LA CREATIVITÀ ITALIANA

- **Frecciarossa è treno ufficiale della Milano Fashion Week® Men's Collection FW 2026/2027 dal 16 al 20 gennaio 2026**
- **prosegue l'impegno di Trenitalia (Gruppo FS) per valorizzare l'eccellenza della moda italiana**

Milano, 10 dicembre 2025, **Frecciarossa**, il treno Alta Velocità di Trenitalia (Gruppo FS), viaggia accanto a **Milano Fashion Week®** per valorizzare l'eccellenza della moda italiana.

In occasione della Milano Fashion Week® Men's Collection FW2026/2027, in calendario dal 16 al 20 gennaio 2026, Frecciarossa accompagnerà designer, modelle, influencer, ospiti e appassionati nel cuore della creatività italiana.

La collaborazione tra Frecciarossa e Camera Nazionale della Moda Italiana nasce per celebrare l'eleganza, l'innovazione e la visione del nostro Paese, unendo stile e sostenibilità in un connubio perfetto.

Attraverso anche questa iniziativa, Trenitalia conferma il proprio impegno nel connettere persone, talenti e idee, offrendo un'esperienza di viaggio che unisce comfort, sostenibilità e accesso facilitato ai grandi eventi italiani. Le Frecce e i collegamenti FrecciaLink garantiscono ogni giorno 268 corse e 14 collegamenti bus, raggiungendo più di 130 destinazioni in tutta Italia. Il Gruppo FS considera, inoltre, l'Europa come il proprio mercato domestico ed è impegnato ad esportare sui mercati ferroviari esteri il Made in Italy targato Frecciarossa.

FRECCIAROSSA

**MF Fashion e Class TV Moda raccontano la Milano Fashion Week®
Men's Collection Fall/Winter 2026/2027**

Class Editori rinnova anche per il 2026 la sua storica partnership con la Camera Nazionale della Moda Italiana, consolidando un legame che da anni accompagna la Milano Fashion Week®.

Il Gruppo, leader nell'informazione finanziaria, moda, lusso, food e lifestyle, offrirà una copertura completa della settimana della moda attraverso i suoi media di riferimento per il settore fashion.

Dal 16 al 20 gennaio 2026, la Milano Fashion Week® Men's Collection sarà raccontata sulle pagine di *MF Fashion*, l'unico quotidiano dedicato alla moda e al lusso in Italia e in Europa che dedicherà numeri speciali all'evento, e attraverso le telecamere di *Class TV Moda*, il canale televisivo specializzato nel mondo fashion e lifestyle, che arricchirà la copertura con una programmazione esclusiva, includendo sfilate, interviste ai protagonisti e approfondimenti sulle ultime tendenze, trasmessi attraverso il format tv *Front Row*.

Un accesso privilegiato al cuore dell'industria della moda, per raccontare il meglio delle collezioni uomo autunno/inverno 2027 e confermare il ruolo centrale di Class Editori nell'informazione di settore.

TV:

Sky180, DTT 883, Samsung TV Plus, LG Channels

Siti Web:

[MF Fashion](#)

[Class Tv Moda](#)

Social:

MFFashion.ClassTvModa | [Instagram](#)

ClassTvModa | [YouTube](#)

MFFashion | [LinkedIn](#)

Contatti Stampa:

Simone Stenti

Email: ufficiostampa@classeditori.it

Telefono: +39 02 5821 1 / +39 389 9219181

Classeditori

Acqua Fiuggi rinnova la partnership con Camera Nazionale della Moda Italiana in occasione della Milano Fashion Week® Men's Collection Fall/Winter 2026-2027

Milano, 10 dicembre 2025 – Acqua Fiuggi, brand iconico del benessere Made in Italy, è lieta di riconfermare la sua partnership con **Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI)** in occasione della prossima **Milano Fashion Week® Men's Collection**, che si terrà dal **16-20 gennaio 2026**.

Questa collaborazione rafforza il legame tra Acqua Fiuggi e **CNMI**, due eccellenze che condividono i valori di autenticità, purezza e stile. L'acqua, da sempre simbolo di rigenerazione e vitalità, diventa protagonista di un contesto dove la moda si intreccia con arte, design e innovazione.

Acqua Fiuggi sarà al fianco dei protagonisti del settore nei momenti chiave della manifestazione, dagli spazi istituzionali ai backstage e alle aree hospitality. La sua presenza accompagnerà le intense giornate della moda internazionale, offrendo un'esperienza di benessere e qualità che rispecchia la filosofia del brand: la bellezza nasce dall'interno e si esprime attraverso lo stile più autentico.

Questa partnership strategica consolida il posizionamento di Acqua Fiuggi come simbolo di un lifestyle italiano che unisce eleganza, cura di sé e sostenibilità, ribadendo il ruolo del brand in un evento di respiro globale.

Contatti Acqua Fiuggi:

Matteo Giannetti | Chief Marketing Officer | E-mail: m.giannetti@lmdvcapital.it

FIUGGI

FRANCIACORTA BRINDISI UFFICIALE DELLA MILANO FASHION WEEK®

A partire dal 2012 il Consorzio Franciacorta ha dato il via ad una importante partnership con Camera Nazionale della Moda Italiana, scegliendo la moda italiana come ambito affine con cui condivide tratti distintivi del Made in Italy nel mondo: l'artigianalità, l'eleganza e la qualità.

"Franciacorta è molto più di un vino: è il risultato di un lavoro collettivo che unisce generazioni diverse, competenze tecniche e visione," dichiara **Emanuele Rabotti, Presidente del Consorzio Franciacorta**. *"Oggi siamo testimoni di un cambio di passo: una nuova generazione di produttori sta scrivendo il futuro della denominazione, portando energia, sensibilità contemporanea e un approccio sempre più consapevole alla innovazione e alla qualità. È anche grazie a loro che Franciacorta continua ad affermarsi come simbolo di stile italiano nel mondo."*

Grazie a questo accordo, Franciacorta — che quest'anno festeggia il suo 35° anniversario — sarà per il quattordicesimo anno consecutivo il brindisi ufficiale della Milano Fashion Week®. Il prossimo appuntamento sarà la Milano Fashion Week® Men's Collection, in programma a gennaio 2026.

"Moda e vino parlano linguaggi diversi ma condividono una radice comune: la capacità di interpretare il presente con autenticità, trasformando il bello e il buono in esperienza. Questo ci unisce profondamente alla visione di Camera Nazionale della Moda Italiana," — continua **Emanuele Rabotti**.

Primo vino italiano prodotto esclusivamente con il metodo classico della rifermentazione in bottiglia ad avere ottenuto il massimo riconoscimento enologico DOCG, il Franciacorta rappresenta un caso unico in Italia.

Franciacorta è un vino ed un territorio tutto da scoprire, a meno di un'ora da Milano. Situata nel cuore della Lombardia, la Franciacorta si affaccia sulle sponde del Lago d'Iseo e vanta un prezioso patrimonio culturale, storico e naturale, disseminato in splendide cornici verdeggianti, lungo i dolci declivi delle antichissime colline di origine morenica.

"Un altro aspetto che ci accomuna al mondo della moda è la capacità di innovare nel rispetto delle radici e del territorio», conclude il **Presidente**. *«In Franciacorta portiamo avanti una visione che coniuga ricerca, sostenibilità e attenzione all'ambiente, con l'obiettivo di costruire un futuro sempre più consapevole e responsabile".*

Il **Consorzio Franciacorta** nasce a Corte Franca il 5 marzo 1990 grazie a 29 produttori con lo scopo di tutelare e promuovere Franciacorta. Trasferitosi nel 1993 nell'attuale sede di Erbusco, il Consorzio Franciacorta oggi conta circa 200 soci tra viticoltori, vinificatori, imbottiglieri, coinvolti nella filiera produttiva delle denominazioni Franciacorta DOCG, Curtefranca DOC e Sebino IGT. Franciacorta è il primo vino italiano prodotto esclusivamente con il metodo della rifermentazione in bottiglia ad avere ottenuto nel 1995 la Denominazione di Origine Controllata e Garantita. Il Consorzio Franciacorta svolge un ruolo fondamentale nella promozione della denominazione Franciacorta e nella tutela dei suoi associati e del territorio viticolo. Tra le sue funzioni, il Consorzio è anche incaricato, seguendo le normative vigenti, di monitorare il prodotto finito sul mercato. Questa attività di controllo assicura che tutti i vini commercializzati sotto la denominazione Franciacorta rispettino gli elevati standard di qualità e le specifiche tecniche dettate dal disciplinare di produzione. Il controllo del rispetto della disciplina di produzione nelle fasi di viticoltura, vinificazione e imbottigliamento è affidato a Valoritalia, un organismo di certificazione terzo, il Consorzio garantisce che il prodotto finito disponibile ai consumatori mantenga l'integrità e l'eccellenza che distinguono il Franciacorta. Questo impegno rafforza la fiducia dei consumatori nel marchio Franciacorta e contribuisce a tutelare l'autenticità e la reputazione di uno dei più prestigiosi vini italiani nel mondo. Il Consorzio è presieduto da Silvano Brescianini e conta 123 cantine.

Press Office & Media Relations Consorzio Franciacorta | Tel. 0307760477 | mail: stampa@franciacorta.wine



L'industria italiana della moda in cifre

Tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento, calzature, gioielli, bigiotteria, cosmesi, occhiali.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fatturato (mln €) (*)	68 129	81 789	98 841	101 312	95 841	92 966
Variazione %	-24.5%	20.1%	20.8%	2.5%	-5.4%	-3.0%
Export (mln €)	56 168	71 910	86 328	88 832	91 142	87 496
Variazione %	-21.5%	28.0%	20.1%	2.9%	2.6%	-4.0%
Import (mln €)	31 539	37 024	49 044	48 276	46 943	48 755
Variazione %	-19.8%	17.4%	32.5%	-1.6%	-2.8%	3.9%
Saldo con l'estero (mln €)	24 629	34 886	37 284	40 556	44 198	38 741
Occupazione (migliaia)	575	560	565	565	554	
N. di imprese (migliaia)	58	59	62	60	59	

(*) Fatturato consolidato al netto delle vendite intra-settoriali

Fonte: Camera Nazionale della Moda Italiana

IN SINTESI

Nel terzo trimestre del 2025 il fatturato dei settori "core" della moda italiana (tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature) è finalmente tornato a crescere, dopo 8 trimestri consecutivi di calo.

Continua invece a essere negativo – per il terzo trimestre consecutivo – l'andamento del fatturato nei settori collegati (gioielli, bigiotteria, beauty e occhialeria), soprattutto a causa della debolezza nei mercati di gioielli e occhialeria.

Il miglioramento nei settori "core" ha permesso di contenere il calo complessivo del settore al -3% nei 9 mesi, rispetto allo stesso periodo del 2024.

L'andamento dei prezzi industriali (prezzi di sell-in dei negozi) resta molto debole, in calo nella filiera tessile e sostanzialmente stabile, ma con un leggero segno positivo, nell'abbigliamento e nelle calzature. Restano invece in crescita nella cosmesi e anche nella gioielleria (+9,1%) malgrado il calo del fatturato.

Gli ultimi dati forniti dall'ISTAT relativi al mese di ottobre mostrano un andamento delle vendite al dettaglio con forti diversificazioni. I dati positivi riguardano le vendite di prodotti della profumeria e della cura della persona, che crescono del 4.2% e dell'abbigliamento +1.4%, leggermente negativi invece le vendite di gioielli e calzature.

Il commercio mondiale di prodotti tessili e di abbigliamento resta debole e meno vivace rispetto agli altri settori manifatturieri. In questo contesto, le esportazioni dell'industria italiana della moda sono complessivamente diminuite del -4.4%, nei primi 8 mesi rispetto allo stesso periodo del 2024. Il calo ha interessato sia i settori "core" (-3.2%) che quelli collegati (-7,0%). La dinamica verso i paesi extra-UE è stata significativamente peggiore della media (-9%).

Le importazioni sono invece in crescita sia nei settori "core" (+6.3%), malgrado la stagnazione delle vendite al dettaglio, che in quelli collegati (+2.5%). Le importazioni dalla Cina (+11.8%) sono in crescita, in linea con il generale recupero dell'export cinese sui mercati mondiali.

Il saldo commerciale complessivo nei primi 8 mesi del 2025 è stato positivo per €26.7 miliardi, ma in diminuzione di €4.3 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2024.024.

I segnali positivi del terzo trimestre che ci si attende possano, almeno in parte replicarsi nel quarto trimestre autorizzano ad abbracciare quello che nella scorsa edizione dei FET avevamo definito "ottimistico", con anzi un miglioramento di qualche decimale rispetto a quello scenario. In questa prospettiva la previsione per l'insieme del fatturato dell'industria della moda (settori core + settori collegati) è di un calo del fatturato rispetto al 2024 tra il 2.7% e il 3.0%.



FATTURATO E PREZZI

Nel terzo trimestre del 2025 il fatturato è in ripresa nei settori “core” della moda italiana ma resta in calo nei settori collegati.

Nel terzo trimestre del 2025 il fatturato dei settori “core” della moda italiana (tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature) è finalmente tornato a crescere, dopo 8 trimestri consecutivi di calo. A luglio si è avuta una prima inversione di tendenza (+1.4% rispetto a luglio 2024) che si è irrobustita a settembre (+5.7%). Il buon andamento del terzo trimestre ha attenuato al -2.7% il calo dei primi 9 mesi.

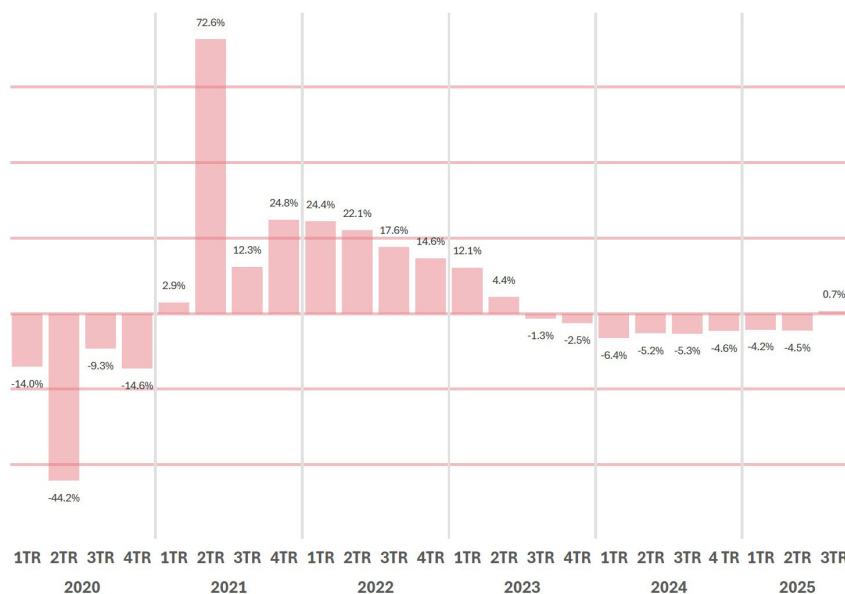
Continua invece ad essere negativo – per il terzo trimestre consecutivo (-3,7%) – l’andamento del fatturato nei settori collegati, soprattutto a causa della debolezza nei mercati di gioielli (-6,7% nel terzo trimestre e -4,1% nel complesso dei primi 9 mesi del 2025) e occhialeria (-3,5% nel terzo trimestre e -2% nei 9 mesi). Le difficoltà di questi comparti sono in buona parte da attribuire alla debolezza dei mercati di esportazione.

Nel complesso dell’industria della moda e dei settori collegati, il fatturato cumulato dei primi 9 mesi è diminuito del -3% rispetto agli stessi mesi del 2024.

L’andamento dei prezzi industriali (prezzi di sell-in dei negozi) resta molto debole, in calo nella filiera tessile (-1.6% nei primi

10 mesi) e sostanzialmente stabile nell’abbigliamento e calzature (rispettivamente +0.2% e +0.8%). Restano invece in crescita nella cosmesi (+2.7%) e nella gioielleria (+9,1%), malgrado il calo del fatturato.

Gli ultimi dati forniti dall’ISTAT relativi al mese di ottobre mostrano un andamento delle vendite al dettaglio con forti diversificazioni. I dati positivi riguardano le vendite di prodotti della profumeria e della cura della persona, che crescono del 4.2% e dell’abbigliamento +1.4%, leggermente negativi invece le vendite di gioielli e calzature.



Industria italiana della moda Andamento Trimestrale del fatturato. Settori “core” + settori “collegati”.

2020-2025

Var. % su stesso trimestre dell’anno precedente.

Fonte: elab CNMI su dati ISTAT



COMMERCIO CON L'ESTERO

Cala l'export della moda italiana nei primi 8 mesi del 2025, sia nei settori “core che in quelli “collegati”.

I dati sull'andamento del commercio mondiale di merci (fonte UNCTAD) sono ad oggi disponibili per il primo semestre del 2025. I dati mostrano una ripresa nel secondo trimestre, malgrado il persistere di pressioni depressive sui prezzi dopo la battuta d'arresto del primo. Le stime sull'andamento dei flussi commerciali di tessile e abbigliamento mostrano, tuttavia, una dinamica meno vivace rispetto agli altri settori industriali.

In questo contesto, le esportazioni dell'industria italiana della moda sono complessivamente diminuite del -9% nei primi 8 mesi rispetto allo stesso periodo del 2024. Il calo ha interessato sia i settori “core” (-3.2%) che quelli collegati (-7,0%).

Diversi fattori hanno avuto un impatto sulla performance negativa.

Scorrendo la classifica dei maggiori paesi di destinazione della moda italiana se ne può capire l'impatto:

- le difficoltà del quadro macroeconomico in Francia – primo paese di esportazione per i settori “core” (tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature) della moda italiana – ha congelato l'export sui livelli del 2024 e provocato un calo nei settori “core”;
- l'impatto delle misure protezionistiche degli Stati Uniti – terzo mercato per la moda italiana - è stato finora solo in parte avvertito nei settori “core” della moda italiana, le esportazioni hanno rallentato ma sono rimaste con un segno positivo (+ 2.3%), mentre è stato pienamente avvertito nei settori collegato dove l'export verso gli USA è calato del 13%;
- le difficoltà del mercato cinese permangono gravi e le esportazioni sono diminuite di quasi il 20% verso la Cina e del 12.6% verso lo hub di Hong Kong.

Una nota merita anche il calo dell'export verso la Turchia, il cui boom nello scorso anno e nei primi mesi del 2024 era con ogni probabilità dovuto a triangolazioni con paesi terzi.

Le importazioni sono invece in crescita sia nei settori “core” (+6.3%), malgrado la stagnazione delle vendite al dettaglio, che in quelli collegati (+2.5%). Le importazioni dalla Cina (+11.8%) sono in forte ripresa, in linea con il generale recupero dell'export cinese sui mercati mondiali.

Il saldo commerciale complessivo nei primi 8 mesi del 2025 è stato positivo per €26.7 miliardi, ma in diminuzione di €4.3 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2024.

Interscambio commerciale

Gennaio-Agosto 2025

Moda + settori collegati	Mondo		Extra-Ue 28	
Esportazioni	57 810	-4%	29 898	-9%
Importazioni	31 057	6%	15 333	8%

Esportazioni: primi 10 mercati

Gennaio-Agosto 2025

Industria della moda			Settori collegati		
Paese	mln €	var. %	Paese	mln €	var. %
Francia	20 662	0.0%	Stati Uniti	2 184	-13.2%
Germania	19 554	7.4%	Turchia	1 921	-43.4%
USA	19 000	2.3%	Francia	1 591	-8.5%
Cina	15 705	-19.8%	Svizzera	1 217	11.2%
Spagna	15 584	1.1%	Emirati	1 192	11.9%
Regno Unito	15 080	-6.9%	Germania	997	2.8%
Svizzera	9 318	-14.6%	Spagna	797	11.0%
Giappone	7 274	-4.7%	Regno Unito	682	5.0%
Polonia	5 825	15.1%	Hng Kong	570	-18.1%
Hong-kong	5 371	-12.6%	Paesi Bassi	515	26.3%
MONDO	40 035	-3.2%	MONDO	17 775	-7.0%
Extra-Ue 28	19 000	-7.2%	Extra-Ue 28	10 898	-11.2%

Importazioni: primi 5 fornitori

Gennaio-Agosto 2025

Industria della moda			Settori collegati		
Paese	mln €	var. %	Paese	mln €	var. %
Cina	4 572	11.8%	Francia	1 307	9.0%
Spagna	2 289	1.4%	Cina	755	-0.2%
Francia	2 283	6.6%	Spagna	381	-5.8%
Germania	1 639	-3.8%	Germania	377	0.6%
Paesi Bassi	1 613	4.8%	Belgio	275	-25.0%
MONDO	25 545	6.3%	MONDO	5 512	2.5%
Extra-Ue 28	13 092	8.2%	Extra-Ue 28	2 241	3.1%

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Settori collegati: occhialeria, gioielleria, bigiotteria, cosmesi

LE PREVISIONI

Lo scenario macroeconomico

Nei primi nove mesi del 2025, l'economia internazionale ha dimostrato una stabilità rispetto agli shock esogeni superiore alle attese. Le più recenti previsioni della Commissione Europea indicano una lieve decelerazione del PIL mondiale nel biennio 2025-2026, con un tasso di crescita previsto del +3,1% per entrambi gli anni.

Gli Stati Uniti hanno visto la prima metà del 2025 influenzata da forti oscillazioni delle importazioni. Il ciclo economico è stato comunque sostenuto sia dagli investimenti che dai consumi. Tuttavia, la crescita media annua del PIL è attesa rallentare significativamente a causa dell'incertezza della politica commerciale, della minore crescita occupazionale e degli effetti del prolungato blocco delle attività amministrative.

Per l'Area Euro è attesa una tenuta del ritmo di espansione tra il 2025 e il 2026. L'anno in corso ha superato le attese grazie al ritorno dell'inflazione in linea con gli obiettivi BCE e agli stimoli agli investimenti dei fondi comunitari. La dinamica del PIL in media d'anno risulta in accelerazione al +1,3% nel 2025.

Nel 2026, si prevede una stabilità al +1,2%, caratterizzata da risultati eterogenei tra i Paesi dell'Euro.

Tra le economie emergenti, la Cina dovrebbe chiudere il 2025 con un'espansione del +4,8%, vicino al target del 5%, grazie a sussidi governativi, consumi privati ed esportazioni robuste (specie quelle anticipate verso gli Stati Uniti). Nel 2026, il ritmo di crescita è previsto rallentare gradualmente al +4,6%.

La moda italiana a fine 2025

La previsione della dinamica del fatturato dell'industria italiana della moda per il 2025, sulla base dei dati disponibili fino al terzo trimestre, sconta il permanere di fattori negativi sui mercati internazionali – debolezza delle esportazioni verso la Cina e gli Stati Uniti e alcuni paesi dell'UE –, ma è sostenuta da una stabilizzazione del mercato interno e dei prezzi.

Sul lato positivo si deve registrare una tenuta superiore alle attese dei flussi commerciali allo shock della politica commerciale americana

Infine ci si attende che i segnali positivi del terzo trimestre possano, almeno in parte, replicarsi nel quarto trimestre.

Ciò autorizza ad abbracciare quello che nella scorsa edizione dei FET avevamo definito scenario "ottimistico", con anzi un miglioramento di qualche decimale rispetto a quello scenario

In questa prospettiva la previsione per l'insieme del fatturato dell'industria della moda (settori core + settori collegati) è di un calo del fatturato rispetto al 2024 tra il -2.7% e il -3.0%.

