MILANO
FASHION
WEEK®

Camera Nazionale
della Moda Italiana

Calendar

20 - 24 June 2025

Men's Collection - Spring/Summer 2026

WITH THE
SUPPORT OF

madeinitaly.gov.it | Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale | ITA ITALIAN TRADE AGENCY | Comune di Milano

OFFICIAL
PARTNERS

CERTILOGO | FIUGGI | WELLA PROFESSIONALS

OFFICIAL TRAIN
PARTNER

FRECCIAROSSA

ENTERTAINMENT
PARTNER

TikTok

MEDIA
PARTNER

Classeditori

WINE
PARTNER

FRANCIACORTA

STREAMING AND
VOD PARTNER

腾讯视频

OOH STREAMING
PARTNER

URBAN VISION GROUP

VIDEO CHANNEL
PARTNERS

FASHION CHANNEL | The Asahi Shimbun

DIGITAL CONTENT
PARTNER

LAUNCH METRICS a LECTRA company

MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

CAMERAMODA.IT #MFW @MILANFASHIONWEEK

FINAL CALENDAR ON 20/05/2025

MILANO FASHION WEEK®

Camera Nazionale della Moda Italiana

Calendar / 20 - 24 June 2025 / Men's Collection / Spring - Summer 2026

FASHION SHOWS/PRESENTATIONS/DIGITAL CONTENTS — FINAL CALENDAR ON 20/05/2025

Friday 20 June

- 14:00/19:00 **MTL STUDIO ***
  VIA BOVISASCA, 87 - Presentation
- 14:00/21:00 **UMA WANG ***
  VIA PALERMO, 1 - Presentation
- 15:00/21:00 **BRUNELLO CUCINELLI ***
  VIALE MONTELLO, 16 - Presentation
- 16:00/20:30 **BOGLIOLI ***
  VICOLO P. MANZONI ANG. P.ZZA SAN MARCO - Presentation
- 16:00/21:00 **MSGM ***
  LOCATION TBC - Presentation
- 17:00/20:00 **GIUSEPPE ZANOTTI ***
  VIA MONTENAPOLEONE, 18 - Presentation
- 17:00 **SETCHU ***
  VIA FILIPPINO LIPPI, 10
- 18:00/20:00 **C.P. COMPANY ***
  VIA FIAMMA, 18 - Presentation
- 18:00/21:00 **RALPH LAUREN PURPLE LABEL ***
  VIA SAN BARNABA, 27 - Presentation
- 18:30 **FIORUCCI ****
  LOCATION SEE ON INVITATION
- 19:00/21:00 **FAY ***
  VIA PALESTRO, 14 - Presentation
- 20:00 **PDF ***
  VIA VINCENZO MONTI, 59

*** MEN'S COLLECTION**
**** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION**

FASHION SHOW & LIVE STREAMING

Saturday 21 June

- 09:00/12:30 **ELEVENTY ***
  VIA VISCONTI DI MODRONE, 11 - Presentation
- 10:00/13:00 **KITON ***
  VIA PONTACCIO, 21 - Presentation
- 10:00/16:00 **CHURCH'S ***
  VIA RIVOLI, 6 - Presentation
- 10:00/16:00 **BRIONI ***
  VIA TORINO, 61 - Presentation
- 10:00/16:00 **CORTIGIANI ***
  LOCATION TBC - Presentation
- 10:00/18:00 **TEN C ***
  VIA UBERTI, 6 - Presentation
- 10:30 **PRONOUNCE ****
  VIA BOVISASCA, 87
- 11:00/15:00 **WOOLRICH BLACK LABEL BY TODD SNYDER ***
  CORSO VENEZIA, 3 - Presentation
- 11:00/20:00 **MONTECORE ***
  VIA MONTENAPOLEONE, 10 - Presentation
- 12:30 **DOLCE&GABBANA ***
  VIALE PIAVE, 24
- 13:00/18:00 **HARMONT & BLAINE ****
  VIA TORTONA, 37 - Presentation
- 13:30/15:30 **MORDECAI ****
  VIA ANTONIO ZAROTTO, 7/A - Presentation
- 14:00/18:00 **PAL ZILERI ***
  VIA VERRI, 8 - Presentation
- 14:30/19:30 **LATORRE ***
  VIA MANZONI, 23 - Presentation
- 15:00/20:00 **SEASE ***
  C.SO VENEZIA, 11 - Presentation
- 16:00/18:00 **CORNELIANI ***
  VIA DURINI, 24 - Presentation
- 16:00/19:00 **CASCINELLI ****
  VIA BOVISASCA, 87 - Presentation
- 17:00 **PAUL SMITH ***
  VIALE UMBRIA, 95
- 18:00/20:30 **JACOB COHËN ****
  VIA TORTONA, 58 - Presentation
- 19:00 **EMPORIO ARMANI ***
  VIA BERGOGNONE, 59

*** MEN'S COLLECTION**
**** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION**

FASHION SHOW & LIVE STREAMING

Sunday 22 June

- 10:00 **SIMON CRACKER ****
  VIA BOVISASCA, 87
- 10:30/12:30 **VIVIENNE WESTWOOD ***
  LOCATION TBC - Presentation
- 11:00/14:00 **ETRO ***
  VIA SPARTACO, 6 - Presentation
- 11:00/19:00 **ENTERPRISE JAPAN ****
  C.SO VENEZIA, 16 - Presentation
- 12:00 **QASIMI ****
  LOCATION TBC
- 13:00/20:00 **VIAPIAVE33 ****
  VIA GOITO, 7 - Presentation
- 14:00 **PRADA ***
  VIA LORENZINI, 14
- 14:30/17:30 **CANALI ***
  VIA VEZZA D'OGLIO, 14 - Presentation
- 15:00/18:00 **BALLY ****
  VIALE PIAVE, 42 - Presentation
- 15:00/19:00 **SSHEENA *****
  C.SO SAN GOTTARDO, 15 - Presentation
- 15:00 **SAUL NASH ****
  VIALE BLIGNY, 52
- 16:00/19:00 **BRETT JOHNSON ***
  VIA MANZONI, 38 - Presentation
- 16:00/19:00 **LESSICO FAMILIARE ****
  VIA BOVISASCA, 87 - Presentation
- 16:00/20:00 **ROLD SKOV ****
  LOCATION TBC - Presentation
- 16:00/21:00 **MERIISI ***
  VIA PIACENZA, 20 - Presentation
- 17:00/19:00 **TOD'S ***
  VIA MOZART, 12 - Presentation
- 17:00/21:00 **LARDINI ***
  VIA MANZONI, 38 - Presentation
- 19:00 **DUNHILL ***
  VIA BIGLI, 19

*** MEN'S COLLECTION**
**** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION**
***** MEN'S COLLECTION/WOMEN'S SS'26 PRE-COLLECTION**

FASHION SHOW & LIVE STREAMING

Monday 23 June

- 09:30 **DAVID CATALÁN ***
  VIA BOVISASCA, 87
- 10:30 **MIGUEL VIEIRA ****
  VIA BOVISASCA, 87
- 10:00/17:00 **RUBINACCI ***
  VIA GESÙ, 1 - Presentation
- 12:00 **GIORGIO ARMANI ***
  VIA BERGOGNONE, 59
- 15:30/20:00 **LEONARDOVALENTINI ***
  P.ZZA TOMASI DI LAMPEDUSA - Presentation
- 18:30/20:00 **ROWEN ROSE ****
  LOCATION SEE ON INVITATION - Presentation

*** MEN'S COLLECTION**
**** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION**

FASHION SHOW & LIVE STREAMING

Tuesday 24 June

- 10:00 **CARNET-ARCHIVE ** - Digital**
- 10:30 **RKIVE CITY * - Digital**
- 11:00 **VICTOR HART ** - Digital**
- 11:30 **SAGABOI ** - Digital**
- 12:00 **OUTBREAK LAB * - Digital**

*** MEN'S COLLECTION**
**** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION**

FASHION SHOW & LIVE STREAMING

Shuttle buses link fashion shows and presentations and depart daily, on June 20th at 14:00, and from the 21st to the 23rd, at 9:00 from Piazza Duomo, corner with Piazza dei Mercanti

MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT CAMERAMODA.IT #MFW @MILANFASHIONWEEK

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®

Camera Nazionale della Moda Italiana

Calendar / 20 - 24 June 2025 / Men's Collection / Spring - Summer 2026

EVENTS/PRESENTATIONS BY APPOINTMENT — FINAL CALENDAR ON 20/05/2025

By Appointment

from 20/06 to 24/06 **ARTIOLI**
VIA BIGLI, 15
T. +39 348 706 2886 / +39 03 31 84 10 61

from 20/06 to 24/06 **RODO**
VIA SIGIERI, 1
T. +39 333 846 2923

from 20/06 to 21/06 **SANTONI**
VIA MONTENAPOLEONE, 18
pressoffice@santonishoesit.com

Cultural Events

24ª ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE | INEQUALITIES FROM 13/05/2025 TO 09/11/2025
TRIENNALE - V.LE E. ALEMAGNA, 6
www.triennale.org

ART DÉCO. IL TRIONFO DELLA MODERNITÀ FROM 27/02/2025 TO 29/06/2025
PALAZZO REALE - P.ZZA DEL DUOMO, 12
www.palazzorealemilano.it

CASORATI FROM 15/02/2025 TO 29/06/2025
PALAZZO REALE - P.ZZA DEL DUOMO, 12
www.palazzorealemilano.it

GIORGIO ARMANI PRIVE 2005-2025. VENT'ANNI DI ALTA MODA FROM 21/05/2025 TO 28/12/2025
ARMANI/SILOS - VIA BERGOGNONE, 40
www.armanisilos.com

GUIDO GUIDI. DA UN'ALTRA PARTE FROM 07/05/2025 TO 27/07/2025
10 CORSO COMO GALLERY - CORSO COMO, 10
www.10corsocomo.com

IO SONO LEONOR FINI FROM 26/02/2025 TO 22/06/2025
PALAZZO REALE - P.ZZA DEL DUOMO, 12
www.palazzorealemilano.it

LO SGUARDO NASCOSTO FROM 12/02/2025 TO 14/09/2025
TEATRO ALLA SCALA - V. FILODRAMMATICI, 2
www.museoscala.org

TYPOLOGIEN | PHOTOGRAPHY IN 20TH-CENTURY GERMANY FROM 03/04/2025 TO 14/07/2025
FONDAZIONE PRADA - L.GO ISARCO, 2
www.fondazioneprada.org

YUKINORI YANAGI. ICARUS FROM 27/03/2025 TO 27/07/2025
PIRELLI HANGARBICOCCA - VIA CHIESE, 2
www.pirellihangarbicocca.org

Events

Friday 20 June

20/06 - 22/06 **SERVATI, FRANCESCO TOLOTTA & MARCELLO PIPITONE - BONOLA** introduce a special collection for Dolly Noire SS26 line. Servati will present a capsule on June 20th, Francesco Tolotta on June 21st and Marcello Pipitone - Bonola on June 22nd. Presentation everyday from 15:00 to 19:00, party to follow until 24:00. Dolly Noire District, Corso di Porta Ticinese, 83. Open to the public.

14:00/19:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** with Fondazione Sozzani present 'Il Digiuno'. A video built from archival and found footage that explores the saturation of the gaze and the coexistence of beauty and violence in the present. A dry, symbolic act of abstention that creates space for a possible form of silence. Fondazione Sozzani, via Bovisasca, 87. Open to the public prior registration at fondazionesozzani.org

17:00/20:00 **ANTONIO MARRAS** presents the new genderless capsule collection: 1950s inspirations and underwear garments redefine the essential. Via Montenapoleone, 6/A. By invitation only.

19:00 **MF FASHION** presents "The 100 Fashion Icons", an experiential journey that includes an in-person networking event, a special print edition and a multimedia longform, to celebrate the excellence of fashion and elegance. Samsung SmartThings Home, via Mike Bongiorno, 9. By invitation only.

from 21:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** 's Milano Fashion Week Men's Collection opening. Private cocktail. Location see on invitation.

21:00/24:00 **JACOB COHËN** - Anniversary party. Via Tortona, 58. By invitation only.

from 21:30 **DSQUARED2** celebrates its 30th Anniversary with a summer party. By invitation only.

Saturday 21 June

21/06 - 23/06 **AGGLOMERATI** presents "The Mainframe", an innovative exhibition that merges Francesco Casarotto's handmade sculptural masks with an AI-driven interactive installation by FullScream Studio and a short film directed by Ced Pakusevskij. Private cocktail on June 21st at 18:00. Fondazione Sozzani, via Bovisasca, 87. Open to the public.

10:30/19:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** with Fondazione Sozzani present 'Il Digiuno'. A video built from archival and found footage that explores the saturation of the gaze and the coexistence of beauty and violence in the present. A dry, symbolic act of abstention that creates space for a possible form of silence. Fondazione Sozzani, via Bovisasca, 87. Open to the public prior registration at fondazionesozzani.org

21:30 **MAGLIANO** presents the Spring/Summer 2026 collection at CineMagliano. A very short film on a very big screen. Location see on invitation.

from 22:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** in collaboration with Milano Fashion Institute presents MFW Party. Details will be revealed soon. By invitation only.

Sunday 22 June

10:00/19:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** with Fondazione Sozzani present 'Il Digiuno'. A video built from archival and found footage that explores the saturation of the gaze and the coexistence of beauty and violence in the present. A dry, symbolic act of abstention that creates space for a possible form of silence. Fondazione Sozzani, via Bovisasca, 87. Open to the public prior registration at fondazionesozzani.org

Monday 23 June

9:30/12:00 **CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA** with Fondazione Sozzani present 'Il Digiuno'. A video built from archival and found footage that explores the saturation of the gaze and the coexistence of beauty and violence in the present. A dry, symbolic act of abstention that creates space for a possible form of silence. Fondazione Sozzani, via Bovisasca, 87. Open to the public prior registration at fondazionesozzani.org

17:00/20:00 **DAIZY SHELY** unveils its Women's SS'26 Pre-Collection with a cocktail. Coke Tales, via Marcello Malpighi, 1. By invitation only.

19:00/23:00 **WE BREAST** - Malattia, Cultura, Bellezza - hosts a private charity event with a special modeling by Antonio Marras in support of breast cancer patients. Chiostro dell'Ospedale Fatebenefratelli, Corso di Porta Nuova, 23. By invitation only.

19:00/22:00 **FRANCIACORTA** hosts a private dinner party on the occasion of its 35th anniversary - a toast to a journey of style, territory and vision. Corso Vittorio Emanuele II, 1. By invitation only.

MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT CAMERAMODA.IT #MFW @MILANFASHIONWEEK

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®

Camera Nazionale
della Moda Italiana

20 - 24 June 2025
Men's Collection
Spring/Summer 2026

WITH THE SUPPORT OF

madeinitaly.gov.it | Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale | ITA ITALIAN TRADE AGENCY | Comune di Milano

OFFICIAL PARTNERS

CERTILOGO | FIUGGI | WELLA PROFESSIONALS

OFFICIAL TRAIN PARTNER

FRECCIAROSSA

ENTERTAINMENT PARTNER

TikTok

MEDIA PARTNER

Classeditori

WINE PARTNER

FRANCIACORTA

STREAMING AND VOD PARTNER

腾讯视频

OOH STREAMING PARTNER

URBAN VISION GROUP

VIDEO CHANNEL PARTNERS

FASHION CHANNEL | The Asahi Shimbun

DIGITAL CONTENT PARTNER

LAUNCH METRICS

MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

#MFW CAMERAMODA.IT @MILANFASHIONWEEK

MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION SPRING/SUMMER 2026

Milano, 20/05/2025 – La **Milano Fashion Week® Men's Collection Spring/Summer 2026**, in programma dal **20 al 24 giugno 2025**, è realizzata grazie al supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, di **Agenzia ICE** e del **Comune di Milano**.

Il calendario prevede **80** appuntamenti: **20 sfilate di cui 15 fisiche e 5 digitali**, **41 presentazioni**, **3 presentazioni su appuntamento e 16 eventi**.

Sfilano per la prima volta nel calendario della Milano Fashion Week® Men's Collection i brand **FIORUCCI**, **PAUL SMITH**, **SETCHU**, vincitore del premio LVMH 2023, vincitore del CNMI Fashion Trust Grant 2023, e **QASIMI**, brand dall'eredità mediorientale con sede a Londra, fondato nel 2015 da Khalid al-Qasimi.

Per la prima volta nel calendario digitale: **OUTBREAKLAB**, brand fondato in India nel 2024 che unisce tecnologia, metodi tradizionali, tessuti pregiati e materiali upcycled, e **SAGABOI**, brand caraibico con ispirazioni multiculturali che ha già partecipato alla Milano Fashion Week di febbraio 2025.

Presentano per la prima volta nel calendario della Milano Fashion Week®, i brand:

- **CASCINELLI**, presente al Fashion Hub di febbraio 2025 all'interno del progetto Designers for the Planet;
- **LEONARDOVALENTINI**, brand dell'omonimo designer Leonardo Valentini, fondato nel 2021 e prodotto in Italia;
- **MERIISI**, brand presente al Fashion Hub di settembre 2024 all'interno del progetto dei Designers For The Planet;
- **ROWEN ROSE**, brand francese fondato nel 2018 da EMMA ROWEN ROSE;
- **UMA WANG**;
- **VIVIENNE WESTWOOD**.

Ritorna nel calendario delle presentazioni **BALLY**.

In occasione della Milano Fashion Week® di giugno **JACOB COHËN** celebrerà il 40° anniversario.

CNMI ha attivato per questa edizione uno spazio versatile, quello di Fondazione Sozzani, con un ambiente in cui sfileranno i brand **DAVID CATALÁN**, **MIGUEL VIEIRA**, **PRONOUNCE** e **SIMON CRACKER**. Inoltre, con l'obiettivo di sostenere e promuovere la nuova generazione di designer, in Fondazione si terranno presentazioni, mostre ed eventi culturali: **CASCINELLI**, **LESSICO FAMILIARE** e **MTL STUDIO** parteciperanno con una presentazione; oltre alla mostra di **AGGLOMERATI** si terrà la sezione **Forma Aperta**, uno spazio educativo che proietterà Il *Digiuno*, un video costruito con materiali d'archivio e found footage, che esplora la saturazione dello sguardo e la coesistenza di bellezza e violenza nel presente.

Sabato 21 giugno si terrà il party di Camera Nazionale della Moda Italiana in collaborazione con il **Milano Fashion Institute**, la business school di CNMI che ne ha acquisito nel 2023 piena governance. La scuola riflette l'eccellenza nella formazione nel settore moda e offre sei master altamente specializzati.

La nuova **campagna di comunicazione realizzata** da **CNMI**, **Comune di Milano** e **YesMilano** in collaborazione con il **Museo Olimpio** per promuovere la Milano Fashion Week® Men's Collection Spring/Summer 2026 prosegue il racconto dei luoghi iconici della città e sarà veicolata sugli

schermi e attraverso le affissioni del Comune di Milano dal 19 al 24 giugno 2025. La campagna è stata ambientata al **Mercato dei Fiori di Milano**, un luogo urbano noto per la sua unicità, gestito dall'azienda **Sogemi**.

Le campagne della Milano Fashion Week® hanno l'obiettivo di promuovere e valorizzare le nuove generazioni di creativi. Con questa finalità, la campagna è stata scattata dal fotografo **Giuseppe Triscari**, con lo styling di **Diletta Ariano**, e il set design curato da **Stilema Studio**. I tre modelli protagonisti indossano i look di **ASCEND BEYOND**, **FEDERICO CINA**, **GAMS NOTE**, **MAGLIANO**, **MERIISI**, **MTL STUDIO**, **SETCHU** e **VIAPIAVE33**.

Si ringrazia inoltre **Vincent Vintage Bijoux**, per gli accessori.

Ringraziamo inoltre **Wella Professionals** che ha curato l'hairstyling dei modelli e che con il proprio team di professionisti sarà presente nei backstage delle sfilate di giugno.

In questa edizione, la campagna di comunicazione Milano Fashion Week® Men's Collection Spring/Summer 2026 si arricchisce di un'importante sinergia istituzionale con i **Giochi Olimpici** e **Paralimpici** di **Milano Cortina 2026**, nell'ambito **dell'Olimpiade Culturale**. 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 Invernali che l'Italia ospiterà rispettivamente dal 6 al 22 febbraio e dal 6 al 15 marzo 2026. La campagna è stata impreziosita da cimeli provenienti dalle collezioni del **Museo Olimpico**, situato in Svizzera a Losanna. Oggetti unici, che sono parte integrante degli scatti con una presenza simbolica, in un ponte tra passato e futuro, sport e creatività.

Anche per questa edizione, la **Milano Fashion Week® Men's Collection** potrà essere seguita in streaming sulla piattaforma **milanofashionweek.cameramoda.it**, che ospiterà anche una sezione dedicata agli showroom virtuali, sia multi-brand che monomarca. Ogni showroom avrà la possibilità di presentare, relativamente ai brand approvati da CNMI foto e video delle collezioni, contatti, date di campagna vendita e press release. L'area showroom rimarrà attiva anche dopo la fashion week per poter essere consultata dagli operatori di sistema in fase di campagna vendita. Verrà inoltre realizzato un calendario degli showroom con tutte 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.

Inoltre, per tutta la durata della settimana della moda, buyer e giornalisti accreditati da CNMI potranno usufruire di un servizio di shuttle bus per spostarsi con facilità tra i vari appuntamenti della fashion week. Saranno disponibili anche speciali shuttle bus verso la Fondazione Sozzani.

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.

"In una fase di profonda trasformazione del sistema, Camera Nazionale della Moda Italiana sceglie di compiere azioni proiettate al futuro. Per tale ragione, accanto ai grandi nomi che sono pilastri della Milano Fashion Week, abbiamo creato uno spazio presso la Fondazione Sozzani che ospiterà sfilate e presentazioni di nuovi brand e un palinsesto di attività aperte al pubblico, un'azione concreta al supporto della ceatività che è al centro del nostro sistema. Celebreremo inoltre la settimana della moda con un evento in collaborazione con il Milano Fashion Institute, la business school di Camera Nazionale della Moda Italiana che forma il futuro management del settore.

Rispondiamo inoltre ad un sentire comune del sistema impegnandoci nell'ospitalità della stampa e dei buyer provenienti da mercati strategici per il nostro export, grazie al prezioso supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE." - **Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana**

"*Milano è pronta ad accogliere visitatori da tutto il mondo per una delle settimane più importanti del calendario della moda italiana e internazionale* - commenta la **Presidente del Consiglio comunale di Milano Elena Buscemi** -. *La moda non è solo un orgoglio cittadino e nazionale sinonimo di storia, innovazione e cultura nel mondo, ma è un comparto decisivo dell'economia del nostro Paese, spesso apripista per altri prodotti italiani nei mercati tradizionali e in quelli emergenti: un biglietto da visita e un settore economico che va sostenuto e protetto.*"

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**, diffonderà lo streaming delle sfilate e altri contenuti, inclusa la campagna della MFW, sul maxi-led in Corso Vittorio Emanuele. Grazie ai Video Channel Partner, **Asahi Shimbun** e **Fashion Channel** sarà possibile visualizzare rispettivamente in Giappone e su YouTube i contenuti della Fashion Week in playback.

Nell'ambito della collaborazione con **Frecciarossa**, il treno Alta Velocità di Trenitalia (Gruppo FS Italiane), si ricorda l'attivazione del contest già annunciato a febbraio scorso, destinato a coloro che viaggeranno con Frecciarossa, Frecciabianca e Frecciargento, ai quali sarà offerta l'opportunità di vincere un'esperienza esclusiva in occasione della MFW di settembre. Maggiori dettagli saranno condivisi sui profili ufficiali di Trenitalia e CNMI.

Per il tredicesimo anno consecutivo, Franciacorta sarà il brindisi ufficiale della Milano Fashion Week®, confermandosi partner di un appuntamento iconico nel panorama internazionale della moda. A suggellare il legame, proprio in occasione della Milano Fashion Week®, il 23 giugno Franciacorta terrà un evento esclusivo, su invito, che sarà incluso nel calendario ufficiale della MFW, per celebrare i 35 anni del Consorzio Franciacorta.

Ringraziamenti
Un ringraziamento speciale a tutti i partner ufficiali di Camera Nazionale della Moda Italiana: **Certilogo**, **Fiuggi**, **Wella Professionals**, il train partner **Frecciarossa**, l'entertainment partner **TikTok**, il media partner **Class Editori**, il wine partner **Franciacorta** e il partner istituzionale **Comune di Milano**.

Press Contacts

CNMI
Beatrice Rossaro - beatrice.rossaro@cameramoda.it - T. +39 344 0426098

KARLA OTTO
Paola Giannini - paola.giannini@karlaotto.com - T. +39 348 4412815
Marco Peruzzo - marco.peruzzo@karlaotto.com - T. +39 348 0677937
Elena Sofia Colloca - elena.colloca@karlaotto.com - T. +39 02 65569856

COMUNICATO STAMPA MILANO & PARTNERS

MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION SPRING/SUMMER 2026

Dal 20 al 24 giugno 2025 torna la Milano Fashion Week® dedicata alla Collezione maschile primavera/estate 2026. Con un calendario fitto di sfilate e appuntamenti, sia fisici che digitali.

Milano, 20/05/2025 – Dal 20 al 24 giugno 2025 la città ospiterà la Milano Fashion Week® Men's Collection Spring/Summer 2026: una settimana di sfilate, appuntamenti ed eventi dedicati alla moda maschile, un richiamo per aziende, operatori di settore, giornalisti e appassionati da tutto il mondo. Come ogni appuntamento, anche questa Fashion Week è stata realizzata da Camera Nazionale della Moda Italiana con il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di Agenzia ICE e del Comune di Milano.

La campagna della Milano Fashion Week® 2025

Per la realizzazione della campagna di comunicazione della Milano Fashion Week® Men's Collection Spring/Summer 2026 Camera Nazionale della Moda ha lavorato in partnership con Milano&Partners. La DMO della città sta curando un progetto incentrato sulle settimane tematiche, con l'obiettivo di fare leva sull'agenda culturale della città per iniziare a promuovere i valori olimpici e avvicinare i cittadini ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano-Cortina 2026 che l'Italia ospiterà rispettivamente dal 6 al 22 febbraio e dal 6 al 15 marzo 2026.

Un'importante sinergia istituzionale, che si inserisce nel programma Olimpiade Culturale di Milano-Cortina 2026, e che si basa sulla stretta collaborazione che Milano&Partners ha costruito con il Museo Olimpico di Losanna e con Fondazione Milano-Cortina 2026.

Fiorenza Lipparini, **Direttrice Generale di Milano & Partners** commenta "*Siamo davvero felici che anche Camera Nazionale della Moda Italiana abbia sposato il nostro progetto di comunicazione sulle settimane tematiche della città e che abbia lavorato insieme a noi per individuare un concetto che non solo dà risalto e valore ai giovani talenti nell'ambito della moda, ma che inizia a veicolare i valori olimpici e sportivi con l'obiettivo di creare un racconto corale verso i Giochi. Un ringraziamento speciale – conclude Lipparini - va al Museo Olimpico di Losanna e a Fondazione Milano-Cortina 2026, che continuano a sostenerci in questo progetto con passione e determinazione.*"

Grazie alla collaborazione con il Museo Olimpico, sono stati integrati negli scatti alcuni iconici oggetti Olimpici, a testimonianza del dialogo tra moda, cultura e sport che caratterizza il percorso verso i Giochi.

"*Mettere a disposizione alcuni cimeli delle nostre collezioni per questa campagna permette di annunciare i Giochi da una prospettiva diversa, attraverso il linguaggio della moda e del design* - afferma **Angelita Teo, Direttrice del Museo Olimpico** - *La collaborazione con Milano & Partners, che ci vede protagonisti anche durante altre Week nel corso dell'anno che precede Milano Cortina 2026, rappresenta un'opportunità concreta per avvicinare il pubblico ai valori olimpici in modo originale e creativo. Iniziative come questa sono il miglior modo per dare concretezza al concetto "Sport. And More Than Sport che bene rappresenta il movimento olimpico. 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, sottolinea: "*Milano Cortina 2026 è molto più di un evento sportivo: è un'occasione per raccontare al mondo l'anima creativa dell'Italia. Con l'Olimpiade Culturale vogliamo celebrare il talento, l'eleganza e l'innovazione che da sempre contraddistinguono il nostro Paese, intrecciando sport, arte, moda e design in un racconto corale. La Milano Fashion Week®, nelle sue diverse declinazioni, è da anni una vetrina internazionale dello spirito italiano, e i Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali saranno un'estensione di questo racconto: un palcoscenico globale dove il Made in Italy potrà esprimere tutta la sua forza, la sua bellezza e la sua capacità di ispirare. Il Made in Italy non è solo un marchio, è uno stile di vita, un patrimonio culturale che parla di passione, visione e identità. Ed è proprio da qui che vogliamo partire per costruire un'eredità culturale che duri ben oltre i Giochi.*"

MILANO MODA GRADUATE 2025

Milano, 20/05/2025 – In linea con l'obiettivo di supportare il talento dei designer emergenti del panorama della moda italiana, **Camera Nazionale della Moda Italiana** è lieta di annunciare che la sfilata annuale del progetto Milano Moda Graduate si terrà anche quest'anno a settembre in apertura della Milano Fashion Week® Women's Collection. Aperto a tutte le scuole di moda italiane, il progetto, lanciato per la prima volta nel 2015, ritorna grazie al continuo supporto del Main Partner **YKK Italia**.
Il progetto si compone di due categorie, **Fashion Design** e **YKK**, per le quali rispettivamente 6 e 10 studenti mostreranno le proprie creazioni durante la sfilata. Per la categoria Fashion Design ogni studente presenterà una capsule collection, mentre per la sezione YKK ogni studente presenterà un outfit focalizzato sugli accessori da chiusura. La sfilata, risultato di un percorso di tutorship curato da CNMI, avverrà davanti a un parterre prestigioso e a una giuria internazionale che assegnerà un premio per ogni categoria.
I finalisti di questa edizione di Milano Moda Graduate sono stati selezionati da CNMI con il supporto di una prestigiosa giuria che include **Beppe Angiolini**, *Presidente Onorario Camera Italiana Buyer Moda, fondatore SUGAR*; **Gianluca Cantaro**, *Fashion Journalist, Critic and Creative*; **Sabrina Scarpellini**, *Co-founder e Fashion Director at Massimo Bonini*; **Sara Sozzaini Maino**, *Creative Director Fondazione Sozzani, International Brand Ambassador CNMI*; **Veronica Trezzi**, *Marketing & Communication YKK Italia*; **Paola Arosio**, *Head of Sustainability and New Brands CNMI*.

I FINALSITI DELLE DUE SEZIONI SONO:

Fashion Design
Antonio Contartese (Accademia Costume & Moda)
Jacopo Cocci (Accademia Costume & Moda)
Giulia Lin (Istituto Marangoni – Firenze)
Nicola Chiomento (Iuav Universita' Di Venezia)
Annachiara Rabito (Nuova Accademia Di Belle Arti – Milano)
Maria Palomba (Nuova Accademia Di Belle Arti - Milano)

YKK
Martino Losco (NABA - Nuova Accademia Di Belle Arti – Milano)
Samuele Ruta (NABA - Nuova Accademia Di Belle Arti – Milano)
Valentina Allegri (Istituto Modartech)
Jacopo Fe' (Istituto Modartech)
Melina Shibli (Istituto Marangoni – Firenze)
Xintong Li (Istituto Marangoni – Firenze)
Francesca Paola Di Fazio (Accademia Costume & Moda)
Giacomo Sica (IED - Istituto Europeo Di Design)
Maddalena Maisto (Accademia Di Belle Arti – Brera)
Claudia Romeo (Istituto Secoli)

Tencent Video è ancora una volta l'unica piattaforma ufficiale di streaming e VOD in Cina per la Milano Fashion Week® Men's Collection SS2026.

Milano, 20/05/2025 – Con la popolarità del live broadcasting e della logica dei social media, il modello di "passerella cloud" sviluppato congiuntamente da **Tencent Video** e **Milano Fashion Week®** è diventato la nuova normalità nel settore della moda di lusso. Tencent Video ha raggiunto un accordo con Camera Nazionale della Moda Italiana per diventare l'unica piattaforma ufficiale di **streaming** e **VOD partner** in Cina per la Milano Fashion Week® Men's Collection SS2026.

Infatti, dalla prima collaborazione nel febbraio 2020 a oggi, Tencent Video ha coperto l'intera settimana della moda di Milano.
Grazie all'esperienza di visione unica delle sfilate offerta da Tencent Video e Tencent Fashion, gli utenti della piattaforma hanno sviluppato l'abitudine di guardare le sfilate su Tencent Video. Le sfilate dei 58 marchi della Milano Fashion Week® Collezione Donna FW2025/2026 hanno attirato più di 31,5 milioni di spettatori che hanno seguito la diretta online, mentre la Milano Fashion Week® Collezione Uomo FW2025/2026 ha attirato più di 10 milioni di spettatori.

Grazie all'ampia influenza di celebrità e influencer, il traffico di Tencent Video può essere collegato ad altri ecosistemi dei social media e l'influenza delle trasmissioni dal vivo è massimizzata. Alla fine della Milano Fashion Week®, il 2 marzo di quest'anno, il numero di letture degli hashtag #WatchShowsTogetherOnline e #MissGooseFashionWeek avviate da Tencent Fashion su Weibo ha superato gli 800 milioni.

Nella prossima collaborazione, Tencent Video e Camera Nazionale della Moda Italiana lavoreranno insieme per creare altre IP di moda.

Nell'era di Internet, in cui gli utenti possono ottenere la "prima fila" online, la tradizionale settimana della moda ha subito cambiamenti. La Milano Fashion Week®, con la partecipazione di Tencent Video, è una matrice composta da una serie di contenuti video UGC di diversa lunghezza e di grande impatto comunicativo.

Grazie all'integrazione di touchpoint e canali online e offline nell'ecosistema social di Tencent Video, c'è ancora un enorme spazio per l'ispirazione nell'esperienza digitale delle sfilate.

腾讯视频

Milano Fashion Week® Men's Collection SS'26: sfilate e innovazione digitale in Corso Vittorio Emanuele con Urban Vision

Milano, 20/05/2025 – La Milano Fashion Week® Men's Collection torna nelle strade del capoluogo lombardo grazie a Urban Vision Group. La media company specializzata in Digital Out of Home, OOH streaming partner di Camera Nazionale della Moda Italiana dal 2020, con un progetto all'insegna dell'innovazione visiva e dell'interazione urbana, dal 20 al 24 giugno trasformerà Corso Vittorio Emanuele in una passerella digitale.

Attraverso il maxi led installato nel cuore del centro storico, Urban Vision offrirà un'esperienza immersiva che porterà le sfilate Primavera/Estate 2026 sotto gli occhi di cittadini, turisti e appassionati di moda.

Gli streaming in diretta daranno vita a una narrazione continua, accessibile a tutti, oltre i confini delle passerelle tradizionali.

Il progetto conferma l'obiettivo di Urban Vision: fondere il linguaggio della moda con la tecnologia, restituendo agli spazi urbani un ruolo centrale nella comunicazione culturale e visiva. In un momento in cui le città diventano sempre più piattaforme esperienziali, l'iniziativa rafforza il legame tra Milano, il suo tessuto sociale e i protagonisti della 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

Press Office SocialCom Italia:
ufficiostampa@socialcomitalia.com
333 778 5680

URBAN VISION
GROUP

FASHION CHANNEL SINCE 1982

NEL 2025 FASHION CHANNEL E CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA CONFERMANO LA COLLABORAZIONE E ANCHE QUEST'ANNO FASHION CHANNEL SARÁ VIDEO CHANNEL PARTNER DELLA MILANO FASHION WEEK®, PUBBLICANDO INTEGRALMENTE SUI PROPRI CANALI YOUTUBE TUTTE LE SFILATE DEL CALENDARIO UFFICIALE dando sempre più risalto agli approfondimenti e alle interviste ai protagonisti della MFW.

Milano, 20/05/2025 Attraverso la distribuzione globale dei video in near-live della MFW, anno dopo anno, FASHION CHANNEL fornisce un importante ed efficace strumento di consultazione delle collezioni di tutti i più importanti brand nella più grande library di contenuti moda al mondo.

Ancora una volta FASHION CHANNEL, un'eccellenza italiana, sostiene così il Made in Italy supportando le attività di Camera Nazionale della Moda Italiana e promuovendo (presso i circa 900 milioni di utenti unici che ogni anno fruiscono delle sfilate sul network digitale dei propri canali) un link diretto al sistema moda italiano.

1982–2025
Oltre 40 anni dedicati alla produzione e pubblicazione di contenuti di moda

Dal 1982, anno in cui avviene la pubblicazione del primo Video Magazine Europeo CANALE MODA, al rebranding con il nome FASHION CHANEL all'inizio degli anni '90, alla partecipazione dal 1997 alla creazione dei 3 Network Satellitari di moda e luxury lifestyle, e alla collaborazione nata nel 2010 con Google / YouTube, la nostra avventura continua con successo e ha portato FASHION CHANNEL ad essere il canale più seguito al mondo sulla piattaforma YouTube per media & entertainment - 'Fashion & Style' con oltre 4 miliardi di visualizzazioni totali, più di 12 milioni di iscritti e una media di 4 milioni di view giornaliere.

La library di FASHION CHANNEL è la library online della moda più vasta al mondo,è consultabile gratuitamente e racchiude circa 50.000 video sul canale principale dal 1982.
www.YouTube.com/fashionchannel
Per ottimizzarne ulteriormente la fruizione, durante questa edizione della Milano Fashion Week® Men's Collection -SS26, FASHION CHANNEL annuncia il lancio di un nuovo Canale del network
https://www.youtube.com/@CanaleModaSince1982
dedicato alla rassegna dei video catalogati in ordine cronologico per ogni Maison, ottenendo un resoconto completo delle più esclusive sfilate dagli anni 80 ai giorni nostri, mai vista in rete e in continuo aggiornamento.

Negli ultimi 2 anni FASHION CHANNEL ha ricevuto molteplici riconoscimenti in Italia e all'estero per gli oltre 40 anni di attività, per più di 4 miliardi di visualizzazioni ottenute sulla piattaforma YouTube:

- Premio Moda Città dei Sassi – Matera – Capitale Europea della Cultura
- Oriental Fashion Show – Premio presso l'UNESCO di Parigi
- Montecarlo Fashion Award - Visionary Award
- TAO Moda – 2024 – Città di Taormina

Risorse:
www.YouTube.com/fashionchannel
www.fashionchannel.it

FASHION CHANNEL SINCE 1982

THE ASAHI SHIMBUN DISTRIBUTES MILANO FASHION WEEK® CONTENT IN JAPAN

Milano, 20/05/2025 – The Asahi Shimbun Company (Katsu TSUNODA, President Chief Operating Officer) distribuirà in modo continuativo i contenuti video della Milano Fashion Week®, che si terrà dal 20 al 24 giugno 2025, in qualità di Video Channel Partner in Giappone con Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI) dopo il successo delle Milano Fashion Week® tenutesi a luglio, settembre 2020, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2021, gennaio, febbraio, giugno, settembre 2022 e gennaio, febbraio, giugno, settembre 2023, gennaio, febbraio e giugno, settembre 2024, gennaio, febbraio 2025.

A special web page dedicated to MFW
(https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026ss/) sarà caricata sulla pagina dedicata alla moda (https://www.asahi.com/special/fashion/) del sito di notizie di The Asahi "The Asahi Shimbun Digital (https://www.asahi.com/)."
Su questa pagina, The Asahi distribuirà i contenuti video delle collezioni di ciascun marchio. Saranno distribuite interviste agli stilisti e altro ancora, e i giornalisti di moda di The Asahi pubblicheranno anche articoli che descrivono la collezione per introdurre l'avanguardia delle tendenze della moda.

About The Asahi Shimbun
Il 25 gennaio 2029 The Asahi Shimbun festeggerà il 150°anniversario della sua fondazione; dalla sua prima edizione nel 1879, è stato considerato uno dei principali quotidiani giapponesi e ora mira a evolversi in un'azienda mediatica completa che fornisce informazioni e servizi che arricchiscono la vita delle persone, con il giornalismo al centro.

Combinando i punti di forza e le competenze dei media del gruppo, come giornali, riviste, televisione, digitale e organizzazioni di eventi, l'Asahi Shimbun ottiene maggiori effetti sinergici nelle strategie di promozione e comunicazione di marketing. L'eccellenza dell'Asahi Shimbun nel raggiungere segmenti di mercato influenti offre soluzioni di marketing per raggiungere i vostri obiettivi.

The Asahi Shimbun Digital "Milano Fashion Week® Special Page"
The Asahi Shimbun Company, che è diventata partner di CNMI da luglio 2020, ha creato delle pagine speciali per raccontare la Milano Fashion Week® (https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026ss/) sulla pagina di moda di The Asahi (https://www.asahi.com/special/fashion/), che si terrà dal 20 al 24 giugno 2025. Asahi racconterà questa edizione con una varietà di foto e articoli di commento nelle pagine ben visibili che sono state accolte così bene dall'industria della moda e da tutto il pubblico nei numeri precedenti. Asahi continuerà a fornire articoli sulla moda e sulle ultime tendenze dei marchi e delle collezioni di tutto il mondo anche dopo la fine della MFW.

***Asahi Fashion Page**: https://www.asahi.com/special/fashion/*

***Milano Fashion Week® Special Page:** https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2026ss/*

***Date Milano Fashion Week®:** 20th – 24th JUNE 2025*

Il network Asahi Shimbun
L'Asahi Shimbun ha una tiratura giornaliera di oltre 4,4 milioni di copie e 140 milioni di PV mensili su The Asahi Shimbun Digital. Si avvale di reti di raccolta di notizie e reportage in Giappone e all'estero, gestendo 180 uffici, compresi ventinove uffici all'estero, e penetrando nel cuore della società giapponese, tra cui politica, economia, sport e cultura. Organizza inoltre numerose mostre d'arte, concerti, eventi culturali e sportivi.

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

The Asahi Shimbun

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

Tra gli obiettivi principali della collaborazione:

- **Sostenere l'adozione del Digital Product Passport da parte dei brand per affrontare le sfide di compliance e generare valore a lungo termine.**
- **Tutelare l'industria del Made in Italy.**
- **Accrescere la consapevolezza in merito all'autenticazione dei prodotti e promuovere la fiducia tra brand e consumatori.**

Milano, 20/05/2025 - Prosegue, per il terzo anno consecutivo, l'impegno di **Certilogo** a fianco di **Camera Nazionale della Moda Italiana** nel tracciare un percorso comune che metta in evidenza i valori essenziali che li accomunano: il ruolo sempre più cruciale che il Digital Product Passport e l'innovazione tecnologica giocheranno nell'industria della moda; la circolarità e la tracciabilità come elementi fondamentali per la salvaguardia dei consumatori e dell'ambiente; la tutela del Made in Italy, che fa parte della missione comune di entrambi i partner.

In considerazione dell'imminente legislazione europea sul Digital Product Passport, Michele Casucci, **Fondatore e General Manager di Certilogo**, sottolinea l'importanza del 2025 come anno di riferimento per il settore della moda: "*Questo è un grande momento. È il momento in cui la moda diventa veramente 'digitale'. Abbiamo l'opportunità di apportare una trasformazione radicale e il rinnovo della nostra partnership con la Camera Nazionale della Moda Italiana ribadisce il nostro impegno a coinvolgere i leader del settore, a condividere le nostre competenze e a contribuire a un futuro più sostenibile per tutti*".

Inoltre, Certilogo e Camera Nazionale della Moda Italiana stanno collaborando per accrescere la consapevolezza su come la sicurezza e l'autenticazione possano svolgere un ruolo fondamentale nella costruzione della fiducia tra brand e consumatori.
A questo scopo, si è tenuto ad aprile il workshop "Digital Product Passport: Far di necessità virtù", realizzato con la partecipazione di Deloitte Legal e la moderazione di Matteo Ward, attivista e co-fondatore di WRÅD, già coinvolto da Certilogo in qualità di ideatore e produttore del video educativo "*All About Trust*".

L'incontro ha rappresentato un momento di confronto strategico tra esperti e brand del settore moda e lusso sulle sfide e le opportunità legate all'adozione dei DPP: dalla comunicazione trasparente alla tutela della proprietà intellettuale, fino al ruolo dell'autenticazione nella prevenzione della contraffazione. L'approccio interattivo del workshop che ha previsto uno spazio di Q&A – ha permesso di raccogliere insight concreti sui temi della compliance normativa, dell'educazione del consumatore e dell'evoluzione tecnologica necessaria per attuare una transizione digitale e sostenibile realmente efficace e sicura.

La partnership tra Certilogo e Camera Nazionale della Moda Italiana non si ferma qui: nuove iniziative sono già in programma per i prossimi mesi, con l'obiettivo di contribuire attivamente all'evoluzione digitale e sostenibile del fashion system.

La mission di Certilogo è aiutare i brand a valorizzare il potenziale dei prodotti connessi, creando esperienze coinvolgenti che uniscono mondo fisico e digitale. Grazie a un'integrazione fluida con qualsiasi piattaforma, il sistema di Certilogo assicura la protezione dei prodotti attraverso

l'approccio proprietario Secure by Design™, frutto di oltre 19 anni di esperienza nel settore. L'azienda supporta i brand nel garantire la tracciabilità, la sostenibilità e la circolarità dei loro prodotti, indipendentemente dai canali utilizzati per fornire informazioni, contenuti e servizi.

Certilogo
Certilogo è l'azienda leader nel settore fashion-tech che fornisce soluzioni sicure di autenticazione digitale e Digital Product Passport (DPP) end-to-end, aiutando i brand a rispondere alle sfide normative, migliorare la sicurezza dei prodotti e creare valore a lungo termine.

Attraverso la sua piattaforma SaaS basata su intelligenza artificiale, Certilogo permette ai brand del fashion e del lusso di connettere i prodotti fisici a un ecosistema digitale mediante identificatori unici, garantendo autenticità e un coinvolgimento più profondo dei consumatori. L'approccio Secure by Design™ di Certilogo assicura che le iniziative legate ai prodotti connessi siano protette fin dall'origine, sfruttando quasi due decenni di expertise nella gestione delle identità digitali e nella prevenzione della contraffazione.

Pioniere dell'autenticazione digitale dal 2006, Certilogo ha reso tracciabili e interattivi oltre 570 milioni di prodotti per più di 80 brand globali del fashion e del lusso. Utilizzata ogni 3.8 secondi in oltre 180 paesi, la tecnologia di Certilogo aiuta i brand a costruire fiducia, trasparenza e relazioni durature con i consumatori in un settore sempre più orientato al digitale.

Per maggiori informazioni: *certilogo.com*

Contatti Media

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

CERTILOGO

ACQUA FIUGGI ALLA MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION: UN OMAGGIO ALL'ECCELLENZA ITALIANA TRA MODA, DESIGN E BENESSERE

Milano, 20/05/2025 – **Dal 20 al 24 giugno 2025, Acqua e Terme Fiuggi Spa** torna alla **Milano Fashion Week® Men's Collection**, rafforzando il proprio legame con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, che la riconosce nuovamente come **acqua ufficiale della manifestazione**.

L'appuntamento milanese diventa per il brand un palcoscenico privilegiato per raccontare i propri valori: **autenticità, purezza, benessere e stile italiano**. In un contesto dove la moda si intreccia con l'arte e l'innovazione, Acqua Fiuggi si propone come simbolo di equilibrio tra tradizione e contemporaneità.

Durante la fashion week, il brand sarà al fianco dei protagonisti del settore nelle aree hospitality, nei backstage e negli spazi istituzionali, offrendo un'esperienza di rigenerazione e qualità che accompagna le giornate più intense della moda internazionale.

Con un'identità rinnovata e uno sguardo attento alla sostenibilità, Acqua Fiuggi continua a evolvere senza perdere il legame con le proprie origini. Partecipare alla settimana della moda significa per il brand ribadire la propria filosofia: **la bellezza nasce dal benessere, e lo stile è la sua espressione più autentica**.

Contatti stampa:
Salvo Cagnazzo - Agenzia Comunicazione
s.cagnazzo@ltmandpartners.it +39 3921105394

Contatti Acqua Fiuggi:
Valentina Manzo - Chief Marketing Officier
v.manzo@lmdvcapital.it

FIUGGI

WELLA PROFESSIONALS È OFFICIAL HAIRSTYLE PARTNER DELLA MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION SS2026

Dal 20 al 24 giugno 2025 protagoniste le nuove tendenze grooming per la Primavera/Estate 2026

Milano, 20/05/2025 – **Wella Professionals** conferma la sua presenza accanto a **Camera Nazionale della Moda Italiana** nel ruolo di **Official Hairstyle Partner della Milano Fashion Week®** Men's Collection SS2026, in programma dal 20 al 24 giugno 2025. Un'occasione d'eccezione per lanciare dalle passerelle internazionali le nuove tendenze grooming dedicate all'uomo contemporaneo.

In un panorama moda in continua evoluzione, capelli e barba diventano sempre più protagonisti nel definire uno stile distintivo. Le acconciature firmate Wella Professionals, pensate e realizzate dagli hairstylist del brand, sono veri e propri elementi chiave in grado di esaltare ogni outfit – dal più sofisticato al più audace – contribuendo a rendere ogni look memorabile.

"*Dalle passerelle più prestigiose della moda vogliamo lanciare proposte e idee che catturano ed emozionano, sposando interamente lo stile di ogni fashion stylist* – **dichiara Paola Di Furia, Brand PR Manager Wella Company** – *Il grande mondo di Wella, dove la cura e la bellezza dei capelli si arricchiscono ogni giorno di nuove competenze e conoscenze, rappresenta un punto di riferimento per ogni fashion house che desideri esprimere al meglio la propria eccellenza, grazie alla creatività e alla qualità dei nostri hairstylist e dei nostri prodotti.*"

Con una lunga esperienza maturata nei backstage più esclusivi del mondo della moda, del cinema e dello spettacolo, Wella si conferma partner d'eccellenza per il settore fashion, contribuendo ogni giorno all'evoluzione dell'hairstyling sia in passerella che nei saloni. Una sinergia continua, dove l'ispirazione creativa del fashion system alimenta la ricerca e l'innovazione nei servizi di bellezza, con l'obiettivo di esaltare il benessere e la personalità di ogni individuo.

Per vivere in diretta i momenti più esclusivi dietro le quinte della Milano Fashion Week® Men's Collection SS2026, l'appuntamento è su Instagram: @wellaprofessionals_italia

Per informazioni la stampa può contattare:

Marcella Maggi *- On Point Pr - T. 02/36515820 - marcella.maggi@onpointpr.it*
Paola Di Furia *- Brand Pr Manager Wella Company - eleonora.pistani@wella.com*

Per restare sempre aggiornati:
#MFW2025
#WellaMFW
www.wella.com/professional/it-IT/home

WELLA
PROFESSIONALS

TRENITALIA CON IL BRAND FRECCIAROSSA E MILANO FASHION WEEK® 2025 INSIEME PER IL MADE IN ITALY

- **Frecciarossa treno ufficiale della Milano Fashion Week® Men's Collection SS2026 dal 20 al 24 giugno**
- **Insieme per raccontare storie di eccellenza italiana**
- **Prosegue l'impegno di Trenitalia (Gruppo FS) per muovere le persone e connetterle alle migliori iniziative del Paese**

Milano, 20/05/2025 – **Frecciarossa Treno Ufficiale delle edizioni della Milano Fashion Week®** per l'anno 2025, organizzate da Camera Nazionale della Moda Italiana.

La collaborazione, in occasione della Milano Fashion Week® Men's Collection SS2026 in programma dal 20 al 24 giugno, nasce con l'obiettivo di celebrare l'eccellenza e unicità del Made in Italy, in un perfetto connubio tra design, eleganza e sostenibilità. Durante le settimane più glamour dell'anno, Frecciarossa, il treno Alta Velocità di Trenitalia (Gruppo FS), accompagnerà designer, modelli, influencer, ospiti e appassionati di moda nel cuore pulsante della creatività italiana.

Trenitalia ribadisce il proprio impegno nel far viaggiare le persone e connetterle alle migliori iniziative ed energie del Paese, nel pieno rispetto dei principi della sostenibilità.

Con oltre 270 collegamenti e 14 corse bus, le Frecce e i FrecciaLink consentono di raggiungere 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.

MF FASHION E CLASS TV MODA RACCONTANO LA MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION SPRING/SUMMER 2026

Milano, 20/05/2025 - Class Editori rinnova anche per il 2025 la sua storica partnership con 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 20 al 24 giugno 2025, 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 ***Front Row*** su Sky 180 e classtvmoda.it.

Un accesso privilegiato al cuore dell'industria della moda, per raccontare il meglio delle collezioni uomo primavera/estate 2026 e confermare il ruolo centrale di Class Editori nell'informazione di settore.

Sito web:
MF Fashion
classtvmoda.it

Social:
MFFashion | Instagram
ClassTvModa | YouTube
MFFashion | LinkedIn
Class TV Moda | LinkedIn

Press Office:

Simone Stenti
Email: ufficiostampa@classeditori.it
Telefono: +39 02 58211 / +39 389 9219181

Classeditori

STILE, TERRITORIO, VISIONE: FRANCIACORTA FESTEGGIA I 35 ANNI DEL CONSORZIO CON LA MILANO FASHION WEEK®

Milano, 20/05/2025 - Dal 2012 Franciacorta è partner ufficiale della Milano Fashion Week®, in virtù di un legame profondo con Camera Nazionale della Moda Italiana. Un sodalizio nato dalla condivisione di valori chiave del Made in Italy: artigianalità, eleganza, autenticità. Un'unione che nel 2025 si rinnova e si rafforza in un'occasione molto speciale: il 35° anniversario del Consorzio Franciacorta.

"Essere partner di Camera Nazionale della Moda Italiana rappresenta per noi un grande motivo d'orgoglio," dichiara Silvano Brescianini, Presidente del Consorzio Franciacorta. "Franciacorta e la moda parlano la stessa lingua: quella dell'eccellenza, del rispetto per la tradizione e dell'innovazione continua. Questo anniversario è anche un'opportunità per celebrare l'evoluzione di un territorio che ha saputo affermarsi nel mondo come simbolo di qualità assoluta."

Per il tredicesimo anno consecutivo, Franciacorta sarà il brindisi ufficiale della Milano Fashion Week®, confermandosi partner d'elezione di un appuntamento iconico nel panorama internazionale della moda. A suggellare il legame, proprio in occasione della Milano Fashion Week®, il **23 giugno Franciacorta** terrà un **evento esclusivo**, **su invito**, che sarà incluso nel calendario ufficiale, per celebrare i **35 anni del Consorzio Franciacorta**.

Fondato nel 1990 da 29 produttori con la missione di tutelare e promuovere la denominazione Franciacorta, il Consorzio conta oggi oltre 120 cantine e più di 200 soci, attivi nelle denominazioni Franciacorta DOCG, Curtefranca DOC e Sebino IGT.

"Franciacorta nasce in un territorio unico, sulle colline moreniche affacciate sul Lago d'Iseo, a meno di un'ora da Milano. Un luogo dove ogni giorno i produttori si impegnano per offrire un vino che è espressione autentica di eleganza e identità," prosegue Brescianini. "Come nella moda, ogni dettaglio fa la differenza."

Franciacorta è il primo metodo classico italiano ad aver ottenuto la DOCG. È un vino che nasce dalla cura meticolosa del territorio, dalla selezione rigorosa delle uve e da una filosofia produttiva orientata alla sostenibilità: tema che unisce da tempo Franciacorta e Camera Nazionale della Moda Italiana.

"Siamo custodi della nostra terra: da anni lavoriamo su progetti scientifici di sostenibilità, tra cui lo studio sulla biodiversità funzionale dei suoli, recentemente oggetto di pubblicazione internazionale," conclude il Presidente.

Una storia di crescita e visione che, a 35 anni dalla nascita del Consorzio, continua a dialogare con i protagonisti della cultura italiana nel mondo.

*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, imbottigliatori, 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 120 cantine.*

***Press Office & Media Relations Consorzio Franciacorta**:*
stampa@franciacorta.wine - T. 0307760477

FRANCIACORTA

FASHION ECONOMIC TRENDS

MAGGIO **2025**

L'industria italiana della moda in cifre

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

	2020	2021	2022	2023	2024	1sem 2025
Fatturato (mln €) (*)	68 129	81 789	98 841	101 312	95 841	
Variazione %	-24.5%	20.1%	20.8%	2.5%	-5.4%	**-3.8%**
Export (mln €)	56 168	71 910	86 328	88 832	91 142	
Variazione %	-21.5%	28.0%	20.1%	2.9%	2.6%	**-3.0%**
Import (mln €)	31 539	37 024	49 044	48 276	46 943	
Variazione %	-19.8%	17.4%	32.5%	-1.6%	-2.8%	**7.4%**
Saldo con l'estero (mln €)	24 629	34 886	37 284	40 556	44 198	
Occupazione (migliaia)	575	560	565	565		
N. di imprese (migliaia)	58	59	62	60		

(*) Fatturato consolidato al netto delle vendite intra-settoriali
Fonte: Camera Nazionale della Moda Italiana

IN SINTESI

Il 2024 si è chiuso con una contrazione del fatturato, in miglioramento nel corso della seconda parte dell'anno e nel contesto di generale difficoltà per l'industria manifatturiera. L'anno si è aperto con lo stesso tono negativo della prima metà del 2024.

Nei primi due mesi del 2025 la tendenza negativa è proseguita (-5.8% rispetto ai primi due mesi del 2024). Permane la divaricazione tra i settori "core" che hanno subito un calo del -7.7% e i settori "collegati" che invece registrano un fatturato stabile.

L'andamento prezzi industriali (prezzi di sell-in dei negozi) a inizio 2025 si è invece stabilizzato dopo il continuo calo di tutta la prima parte dello scorso anno. I prezzi al dettaglio hanno registrato una leggera crescita (+0.8%). Sono negativi anche i dati delle vendite al dettaglio di abbigliamento e calzatura del primo trimestre.

Nel 2024 le esportazioni dei settori "collegati" avevano sostenuto la crescita complessivo dell'export del settore. Nei primi 2 mesi del 2025 la crescita dei settori "collegati" si è attenuata (+5.5%) mentre è continuato il calo per i settori "core" (-6%). Nel complesso, quindi l'export dell'industria italiana della moda è diminuito del -2.8%.

Per quanto riguarda i settori "core" il calo del 24.1% delle esportazioni verso la Cina, conferma le difficoltà attuali del mercato interno cinese e fa venire meno un fattore di traino che nel recente passato è stato decisivo nel sostenere le esportazioni italiane soprattutto nei segmenti premium e lusso.

Ad inizio 2025 si è verificato un rimbalzo delle importazioni nei settori "core" (+8.6%) trascinato dal +30.2% delle merci provenienti dalla Cina, ma anche dall'aumento dei flussi dalla Spagna (+12.8%). L'import è cresciuto anche nei settori "collegati" (+9.4%).

Il saldo commerciale complessivo nei primi due mesi del 2025 è stato positivo per €4.2 miliardi, in diminuzione di €1.1 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2024.

Mai come all'avvio dell'anno l'incertezza è stata così dominante nel quadro macroeconomico internazionale. In seguito al radicale cambiamento e alla variabilità della politica commerciale americana. Nell'attesa degli esiti, anch'essi incerti, dei negoziati sui dazi commerciali, si può stimare, sulla base di dati finora disponibili la dinamica del fatturato per il primo semestre 2025 al -4.5% con margine di errore che la colloca tra il -3.8% e il 5.2%.

Camera Nazionale della Moda Italiana

FATTURATO E PREZZI

Il 2024 si è chiuso con una contrazione del fatturato nel contesto di generale difficoltà per l'industria manifatturiera. Il 2025 si apre con lo stesso tono negativo.

Per l'industria italiana della moda, il 2024 è stato un anno di contrazione, con un calo del fatturato del -5.4% rispetto al 2023. L'inizio molto negativo, -7.4% nel primo trimestre ha lasciato spazio a lievi miglioramenti fino al -4.2% del quarto trimestre, pur restando costantemente, in ogni trimestre, inferiore ai livelli del 2023. La dinamica congiunturale ha presentato importanti differenze intra settoriali. Le componenti "core" dell'industria della moda (tessile, abbigliamento pelle, pelletteria e calzature) hanno subito un forte calo (-8.5%). I settori "collegati" (beauty, occhiali, gioielli e bigiotteria), hanno invece complessivamente aumentato il fatturato, con il traino dei settori del beauty (+5.9) e della gioielleria (+4.6%) mentre l'occhialeria è rimasta stabile.

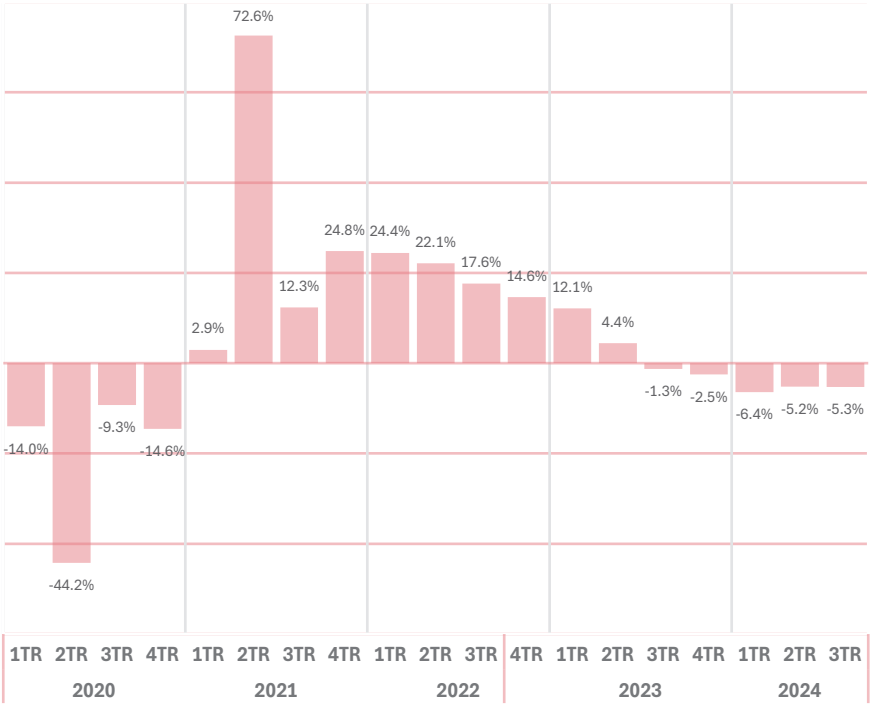
Nei primi due mesi del 2025 la tendenza negativa è proseguita in linea con la media del 2024 (-5.8% rispetto ai primi due mesi del 2024). Permane la divaricazione tra i settori "core" che hanno subito un calo del -7.7% e i settori "collegati" che invece registrano un fatturato stabile sui livelli di inizio 2024.

Per quanto riguarda i prezzi industriali (prezzi di sell-in dei negozi) si è confermata la stabilizzazione dopo il calo dello scorso anno. Nel primo trimestre i prezzi industriali di abbigliamento e calzature sono cresciuti rispettivamente dello 0.7% e dell'1.5%, mentre resta negativa (-1.2%) la dinamica nei prodotti tessili.

Nei settori collegati la crescita dei prezzi è proseguita trainata dalla crescita della gioielleria (+10.8%), mentre l'andamento dei prezzi industriali della profumeria si è fermato al +3.3%.

Le vendite al dettaglio di abbigliamento sono tornate in negativo nel primo trimestre dell'anno, dopo la ripresa dell'ultimo trimestre del 2024. Sia nell'abbigliamento (-0.9%) che nelle calzature (-4.4%), comparto che era già stato negativo per tutto il 2024.

La dinamica dei prezzi al consumo (abbigliamento e calzature) nei primi 4 mesi del 2025 è stata contenuta (+0,8%) e inferiore alla media generale dell'inflazione.



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

2020-2024

Var. % su stesso trimestre dell'anno precedente.
Fonte: elab CNMI su dati ISTAT

“COMMERCIO CON L’ESTERO

Nei primi due mesi del 2025 la crescita dell’export dei settori “collegati” non compensa il calo di quelli “core”. In ripresa le importazioni soprattutto dalla Cina

Nel 2024 le esportazioni dell’industria italiana della moda sono complessivamente aumentate del 2.6%, grazie alla crescita a due cifre dei settori “collegati” (beauty, occhiali, gioielli e bigiotteria) e malgrado il calo dell’export dei settori ”core” (tessile, abbigliamento pelle, pelletteria e calzature).

Nei primi 2 mesi del 2025 la crescita dei settori “collegati” si è attenuata (+5.5%) mentre è continuato il calo per i settori “core” (-6%). Nel complesso, quindi l’export dell’industria italiana della moda è diminuito del -2.8%.

Per quanto riguarda i settori “core” il calo del 24.1% delle esportazioni verso la Cina, 4° mercato di sbocco della moda italiana, conferma le difficoltà attuali del mercato interno cinese e fa venire meno un fattore di traino che nel recente passato è stato decisivo nel sostenere le esportazioni italiane soprattutto nei segmenti premium e lusso. Il segno negativo è però generalizzato verso i maggiori Paesi clienti. Per quanto riguarda i due mercati che hanno visto un aumento dell’export italiano il +3.8% verso Germania è un segnale di recupero dopo un 2024 negativo e il +3.4% verso gli USA riflette ordini e spedizioni precedenti agli ordini esecutivi dell’amministrazione americana sulle Tariffe doganali e le incertezze che hanno generato sui traffici internazionali. Per quanto riguarda le anomalie che si registrano nelle esportazioni verso la Svizzera (-26.6%) non si è ancora esaurita la fase di transizione che vede alcuni marchi ridimensionare significativamente le proprie piattaforme logistiche in quel paese.

Seppure in calo (-4.6%), la Francia resta il principale mercato per la moda italiana che si conferma un fornitore imprescindibile per i marchi del lusso francese.

Nei settori “collegati” rientrate le anomalie riguardanti la Turchia i segnali provenienti dalle esportazioni restano positivi (+5.5%), anche se sembra essersi esaurita l’eccezionale spinta del 2023 e 2024. Sono in continua crescita (+27.8%) le esportazioni verso gli Emirati, mentre in Europa i mercati della Spagna (+12.9%) e dei Paesi Bassi (+25.0%) si sono distinti per dinamicità.

Ad inizio 2025 si è verificato un rimbalzo delle importazioni nei settori “core” (+8.6%) trascinato dal +30.2% delle merci provenienti dalla Cina, ma anche dall’aumento dei flussi dalla Spagna (+12.8%). L’import è cresciuto anche nei settori “collegati” (+9.4%), in questo caso però l’aumento è in larga parte dovuto alla concorrenza intra-europea (+14.2% dalla Francia; +29.8% dalla Germania). Complessivamente quindi le importazioni sono cresciute del 9.2%.

Il saldo commerciale complessivo nei primi due mesi del 2025 è stato positivo per €4.2 miliardi, in diminuzione di €1.1 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2024.

Interscambio commerciale

Gennaio-Febbraio 2025

Moda + sett. collegati	MONDO		Extra-Ue	
Esportazioni	14 871	-2.8%	8 310	-5.3%
Importazioni	15 284	9.2%	4 084	19.8%

Esportazioni: primi 10 mercati

Gennaio-Febbraio 2025

Industria delle moda			Settori collegati		
Paese	mln €	var.%	Paese	mln €	var.%
Francia	1 466	-4.6%	Stati Uniti	572	-4.2%
Germania	1 024	3.8%	Turchia	563	-3.3%
Stati Uniti	966	3.4%	Francia	401	3.6%
Cina	553	-24.1%	Emirati	335	27.8%
Spagna	539	-2.2%	Svizzera	269	8.1%
Regno Unito	388	-7.5%	Germania	253	4.6%
Svizzera	381	-26.6%	Spagna	184	12.9%
Giappone	373	-2.9%	Hong Kong	149	-16.2%
Hong Kong	358	-14.3%	Regno Unito	141	-0.6%
Corea del Sud	350	-13.4%	Paesi Bassi	114	25%
MONDO	**10 360**	**-6.0%**	**MONDO**	**4 511**	**5.5%**
Extra-Ue	**5 323**	**-10.1%**	**Extra-Ue**	**2 987**	**4.6%**

Importazioni: primi 5 fornitori

Gennaio-Febbraio 2025

Industria delle moda			Settori collegati		
Paese	mln €	var.%	Paese	mln €	var.%
Cina	1 218	30.2%	Francia	340	14.2%
Francia	573	-13.6%	Cina	196	-0.7%
Spagna	567	12.8%	Germania	99	29.8%
Germania	443	-9.1%	Spagna	90	-2.6%
Paesi Bassi	400	-0.2%	Belgio	73	-33.1%
MONDO	**6 591**	**8.6%**	**MONDO**	**8 693**	**9.6%**
Extra-Ue	**3 510**	**21.7%**	**Extra-Ue**	**574**	**9.4%**

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Settori collegati: occhialeria, gioielleria, bigiotteria, cosmesi

LE PREVISIONI

Lo scenario macroeconomico

Livelli persistentemente elevati di incertezza sul piano geopolitico e delle politiche economiche e commerciali dovrebbero incidere negativamente sull'economia dell'area dell'euro, rallentandone la prevista ripresa". E' questo l'incipit delle previsioni della Banca Centrale Europea pubblicate ad Aprile che, pur con le prudenze tipiche di una Banca Centrale esprimono con chiarezza l'impatto negativo provocato dal radicale cambiamento della politica commerciale e geopolitica intrapresa dalla amministrazione americana.

La BCE ha stimato che l'impatto sulle economie dei Paesi dell'Euro dei dazi bilaterali possa essere limitato, tuttavia avverte che nel nuovo contesto un impatto negativo maggiore sulle economie e l'industria europea potrebbe venire dal riorientamento dei flussi di export dalla Cina verso l'Europa per compensare la riduzione dell'export verso gli USA.

L'incertezza dell'incipit della BCE resta il tratto dominante, è del tutto indefinito al momento quale sarà l'esito dei negoziati che hanno portato alla recente sospensione di 90 giorni dei dazi "reciproci" imposti dagli USA. Da questi dipenderà in buona misura la dimensione dell'impatto negativo che in ogni caso si è già generato sui mercati internazionali

La moda italiana nel 2025

Gli incerti sviluppi del contesto macroeconomico potranno determinare diversi esiti per l'industria italiana della moda.

C'è un precedente in cui la moda italiana ha dovuto confrontarsi con uno shock esterno sui prezzi delle esportazioni verso gli USA delle dimensioni di quello che comporterebbe un esito sfavorevole dei negoziati sui dazi, con la conferma del dazio aggiuntivo del 20% inizialmente proposto dall'amministrazione Trump.

Si può considerare quel precedente come un possibile "worst case". Bisogna però risalire al 2003, quando il dollaro si svalutò nel corso dell'anno del 19.6%.

Benchè si sia trattato di una svalutazione e non di un aumento dei dazi, lo shock sui prezzi all'export è di dimensione paragonabile. Il valore delle esportazioni italiane di abbigliamento diminuì nel 2023 del 12,1%, le imprese italiane ridussero in parte i prezzi in Euro per stabilizzare quelli in dollari e si concentrarono su prodotti a maggior valore unitario. Le quantità esportate (in volume) diminuirono sia nel 2003 che ne 2004. Il 2003 fu un anno difficile per la moda italiana con un calo complessivo del fatturato del -4.3% e delle esportazioni del -7.2%. l'Occupazione tenne nel 2023, ma subì nel 2024 una pesante contrazione.

Nell'attesa degli esiti dei negoziati sui dazi commerciali, si può stimare, sulla base di dati finora disponibili la dinamica del fatturato per il primo semestre 2025 in un range tra il -3.8% e il -5.2% l'ipotesi più pessimistica in caso i negoziati sui dazi fallissero.