

# MILANO FASHION WEEK®



Camera Nazionale  
della Moda Italiana

17 - 21 January 2025  
Men's Collection  
Fall/Winter 2025/2026

WITH THE  
SUPPORT OF

madeinitaly.gov.it



OFFICIAL  
PARTNERS



ENTERTAINMENT  
PARTNER



MEDIA  
PARTNER



WINE  
PARTNER



STREAMING AND  
VOD PARTNER



OOH STREAMING  
PARTNER

URBAN VISION

VIDEO CHANNEL  
PARTNER

The Asahi Shimbun

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

# MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

Milano, 11/12/2024 - La **Milano Fashion Week® Men's Collection Fall/Winter 2025-2026**, in programma dal **17 al 21 gennaio 2025** è stata realizzata grazie al supporto del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, di **Agenzia ICE** e del **Comune di Milano**.

In calendario per questa edizione **68 appuntamenti: 20 sfilate di cui 16 fisiche e 4 digitali, 38 presentazioni, 3 presentazioni su appuntamento e 7 eventi**.

Sfilano per la prima volta i brand **PIERRE-LOUIS MASCIA**, presente nel calendario presentazioni Women's Collection fino a settembre 2023 e che aprirà con la sua sfilata la settimana, **PDF**, brand emergente di Domenico Formichetti già presente in calendario come presentazione per due edizioni, e **SAUL NASH**, brand emergente britannico che sfilava precedentemente a Londra.

Tornano in calendario sfilate i brand **PHILIPP PLEIN** e **PRONOUNCE**, brand dei designer Yushan Li e Jun Zhou con sede a Milano e Shanghai.

Per la prima volta nel calendario presentazioni della Milano Fashion Week® i brand:

- **BLAUER X PIRELLI;**
- **FEDERICO CINA;**
- **GROSSI;**
- **HEVO;**
- **LATORRE;**
- **MARAGNO:** brand emergente genderless presente in precedenza nel calendario digitale e parte del progetto Designer for the Planet presentato al Fashion Hub;
- **MONTECORE;**
- **PEOPLE OF SHIBUYA;**
- **RUBINACCI;**
- **QASIMI;**
- **ROLD SKOV;**

Per la prima volta nel calendario sfilate digitale i brand **KML**, brand emergente dell'Arabia Saudita fondato nel 2022, **RKIVE CITY**, brand indiano impegnato eticamente nella valorizzazione del lavoro e nell' upcycling dei tessuti, **VICTOR HART** brand emergente fondato nel 2022 dal designer ghanese e beneficiario del Camera Moda Fashion Trust Grant 2024.

In occasione della Milano Fashion Week® di gennaio saranno inoltre celebrati due importanti anniversari: il brand **DHRUV KAPOOR** celebrerà il 10° anno dalla sua fondazione e il brand **LATORRE**, il 60° anniversario.

La nuova **campagna di comunicazione realizzata** da **CNMI, Comune di Milano** e **Yes Milano** per promuovere la Milano Fashion Week® Men's Collection Fall/Winter 2025-2026 continuerà anche per questa edizione a raccontare i luoghi iconici di Milano e sarà veicolata sugli schermi e attraverso le affissioni del Comune di Milano dall'8 al 19 gennaio 2025.

La campagna è stata scattata presso l'iconica cornice dei locali di Da Giacomo, Giacomo Bistrot, Giacomo Rosticceria e Giacomo Tabaccheria che ringraziamo per la disponibilità.

Con la finalità di promuovere e valorizzare la nuova generazione di creativi la campagna è stata scattata dal fotografo **Marcello Junior Dino** con lo styling di **Stephanie Kherlakian**, e vede come protagonisti quattro modelli con i look di **ASCEND BEYOND, FEDERICO CINA, GR10K, JORDANLUCA, MAGLIANO, MORDECAI, MTL STUDIO, NOSKRA**, brand presenti nel calendario ufficiale della Milano Fashion Week®, **MERIISI**, brand parte del progetto Designer for the Planet e **VICTOR HART**.

# MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

Un ringraziamento speciale anche ai brand **SCAROSSO, SANTONI, SEBAGO** per le calzature che hanno completato i look degli scatti.

Ringraziamo inoltre **Wella Professionals** che ha curato l'hairstyling dei modelli e che con il proprio team di oltre 50 professionisti sarà presente nei backstage delle sfilate di gennaio.

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, tutti i buyer e i giornalisti selezionati e accreditati da CNMI potranno usufruire di un servizio di shuttle bus per spostarsi con facilità tra i vari appuntamenti della fashion week.

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**, con cui CNMI ha rinnovato la collaborazione anche per il 2025, diffonderà lo streaming delle sfilate e altri contenuti, inclusa la campagna della MFW, attraverso l'impianto LED di Piazza dei Mercanti. Inoltre, grazie al Video Channel Partner, **Asahi Shimbun** sarà possibile visualizzare in Giappone i contenuti della Fashion Week in playback.

*"In palinsesto in questa edizione vedo tanti esordi di brand emergenti, segno che il settore è in continua evoluzione e aperto a nuove idee. L'industria della moda è una risorsa strategica per Milano e per l'intero Paese, non solo per il valore economico che genera, ma anche per la capacità di raccontare l'identità, la creatività e l'innovazione del nostro territorio a livello globale" - ha dichiarato Alessia Cappello, Assessora al Lavoro e Sviluppo Economico del Comune di Milano. "Importante continuare ad investire sui giovani talenti creando opportunità concrete attraverso formazione di qualità, reti di supporto e percorsi di inserimento. Invito i grandi brand a impegnarsi attivamente per valorizzare le nuove generazioni: sostenere i giovani significa non solo arricchire il panorama creativo, ma garantire la competitività e il dinamismo futuro di tutto il settore" - Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo Economico, con deleghe a Moda e Design, del Comune di Milano.*

*"La Milano Fashion Week® di gennaio segnerà l'inizio di un anno particolarmente sfidante, un momento di transizione in cui saranno vincenti la creatività dei nostri brand, la duttilità e il pragmatismo che fanno del Made in Italy un sistema unico al mondo, i valori che rispondono alle istanze del tempo. Il ruolo di Camera Nazionale della Moda Italiana e della Milano Fashion Week è, oggi più che mai, fondamentale nel delineare traiettorie, costruire occasioni, favorire gli incontri, intercettare le grandi opportunità che offrono i momenti di significative trasformazioni. Abbiamo però bisogno come non mai delle opportune politiche di sostegno del Governo alla nostra industria, asset strategico del Paese, affinché possano contribuire a preservare l'eccellenza e l'efficienza rappresentata dalle migliaia di aziende distribuite sul territorio, nel segno della transizione ecologica*

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

*e della digitalizzazione."* - **Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana.**

### **Ringraziamenti**

*Siamo felici 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.*

*Ritorna anche 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.*

*Un ringraziamento speciale a tutti gli altri partner ufficiali di Camera Nazionale della Moda Italiana: Certilogo, Wella Professionals, l'entertainment partner TikTok, e il partner istituzionale Comune di Milano.*

*In particolare, si ringrazia per il supporto per la realizzazione degli eventi di CNMI durante la Milano Fashion Week®, il wine partner Franciacorta, esempio di eccellenza del Made in Italy, che da diversi anni sostiene le iniziative dell'associazione.*

### **Press Contacts**

#### **CNMI**

Beatrice Rossaro - [beatrice.rossaro@cameramoda.it](mailto:beatrice.rossaro@cameramoda.it) - T. +39 344 0426098

#### **KARLA OTTO**

Paola Giannini - [paola.giannini@karlaotto.com](mailto:paola.giannini@karlaotto.com) - T. +39 348 4412815

Marco Peruzzo - [marco.peruzzo@karlaotto.com](mailto:marco.peruzzo@karlaotto.com) - T. +39 348 0677937

Elena Sofia Colloca - [elena.colloca@karlaotto.com](mailto:elena.colloca@karlaotto.com) - T. +39 02 65569856



Camera Nazionale della Moda Italiana

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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

## TENCENT

**Tencent Video collabora con Camera Nazionale della Moda Italiana come official livestreaming e VoD partner per la Milano Fashion Week® Men's Collection FW25/26 in Cina.**

Milano, 11/12/2024 - Con la diffusione del live streaming e dei social media, il modello di "cloud runway" costruito congiuntamente da **Tencent Video** e Milano Fashion Week® è diventato la nuova normalità nel settore della moda di lusso, Tencent Video collabora con Camera Nazionale della Moda Italiana da febbraio 2020 come unico official livestreaming e VoD partner in Cina per la Milano Fashion Week®.

Come dimostrato dai dati, ogni collaborazione tra Tencent Video e la Milano Fashion Week® ha avuto importanti sviluppi e grazie all'esperienza di visione unica creata dal canale di moda di Tencent Video, sempre più utenti hanno iniziato a guardare le sfilate di moda sulla piattaforma. La Milano Fashion Week® Women's Collection SS25, ad esempio, ha attratto oltre 31,88 milioni di spettatori, mentre la Milano Fashion Week® Men's Collection SS2025 più di 16,18 milioni.

Sfruttando la vasta influenza di celebrities e blogger, Tencent Video ha integrato il proprio traffico con quello degli altri social media, massimizzando l'impatto del live streaming. Al 23 settembre 2024, quando si è conclusa la Milano Fashion Week®, gli hashtag di Tencent Fashion come **\*\*#WatchShowsTogetherOnline\*\*** e **\*\*#MissGooseFashionWeek\*\*** su Weibo hanno generato oltre 800 milioni di visualizzazioni.

Per le future collaborazioni Tencent Video e Camera Nazionale della Moda Italiana prevedono di co-creare ancora più IP di moda.

Nell'era di Internet, in cui gli utenti possono ottenere la "prima fila" online, la tradizionale settimana della moda è cambiata. 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 forza comunicativa.

Allo stesso tempo, dopo quasi due anni di sperimentazione e contatti, i brand del lusso riconoscono sempre di più il rapido sviluppo e l'avanzato ecosistema digitale cinese. Con l'integrazione dei canali online e offline, l'esperienza digitale delle sfilate nell'ecosistema social di Tencent Video ha ancora un ampio margine di crescita.



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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

## URBAN VISION RINNOVA LA SUA PRESENZA ALLA MILANO FASHION WEEK® FW 2025-2026

### Gennaio inaugura la stagione con lo streaming sull'impianto LED Mercanti; a febbraio torna il Fashion LED Cube

Milano, 11/12/2024 - **Urban Vision celebra il quinto anno consecutivo di collaborazione con la Milano Fashion Week®**, confermandosi partner di riferimento per la comunicazione innovativa e tecnologica di uno degli eventi più attesi nel panorama internazionale della moda. Per **tutte e quattro le edizioni previste nel 2025**, il gruppo metterà a disposizione la propria expertise per trasformare le strade di Milano in uno spazio urbano di connessione tra creatività e tecnologia, rendendo l'esperienza ancora più accessibile e inclusiva per il pubblico.

L'edizione di **gennaio** sarà trasmessa sull'imponente **impianto LED Mercanti**, uno degli schermi di digital out-of-home più impattanti del **centro di Milano**. Situato in un punto strategico della città, il maxi-led screen trasmetterà in diretta streaming gli attesi i fashion shows pensati per coinvolgere i cittadini e regalare un'esperienza immersiva e di forte impatto visivo.

L'edizione di **febbraio** vedrà il ritorno del **Fashion LED Cube**, un'installazione tecnologica che ha già conquistato il pubblico nella scorsa edizione. Posizionata nel Fashion Hub, questa struttura digitale di grande impatto integra design, creatività e innovazione, capace di trasformare ogni evento in un'esperienza immersiva capace di attrarre appassionati di moda e visitatori da tutto il mondo. Con quattro schermi LED progettati per trasmettere contenuti in tempo reale, il Fashion LED Cube è sinonimo di spettacolarità e connessione, rendendo l'evento accessibile in modo originale e coinvolgente.

Questo nuovo ciclo di collaborazioni rappresenta un ulteriore passo avanti nella missione di Urban Vision: unire il fisico al digitale, collegare brand e persone e costruire un modello di comunicazione che metta al centro la creatività e la sostenibilità. Con un heritage consolidato nel recupero artistico e nel fundraising per il patrimonio culturale, il gruppo si pone come leader nel digital out-of-home e come promotore di un rinascimento urbano capace di integrare estetica, innovazione e valore sociale.

Urban Vision continua così a rivoluzionare il modo in cui eventi iconici come la Milano Fashion Week® si connettono con il pubblico, dimostrando che la moda può essere non solo un'espressione di stile, ma anche uno strumento per creare community incontrando le passioni delle persone.

*Urban Vision Group è una creative-tech media company, volta ad innovare la comunicazione urbana, attraverso lo sviluppo di progetti innovativi, in modo da trasformare le città in luoghi sempre più stimolanti e inclusivi, creando esperienze coinvolgenti, pensate per portare valore all'intera comunità e rendere la vita urbana più vibrante e dinamica. Leader e pioniera nell'Out of Home e con un heritage nel fundraising finalizzato al recupero del patrimonio artistico, Urban Vision Group oggi è anche un hub creativo: si occupa di ideazione di contenuti, di design e produzione combinando creatività, tecnologia e dati per generare valore per istituzioni, brand e persone. 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 è inoltre la prima media company con certificazione ISO 14064-1:2018 che certifica il 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 Mod Ilo Organizzativo 231. Urban Vision Group è stata inoltre nominata Official Supporter del Giubileo 2025.*

#### Contatti

**Ufficio Stampa SocialCom Italia:**

[ufficiostampa@socialcomitalia.com](mailto:ufficiostampa@socialcomitalia.com)

333 778 5680

URBAN VISION

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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

## **ASAHI SHIMBUN TRASMETTE I CONTENUTI DELLA MILANO FASHION WEEK® IN GIAPPONE**

Milano, 11/11/2024 - **The Asahi Shimbun Company** (Katsu TSUNODA, President Chief Operating Officer) distribuirà con Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI) i contenuti video della Milano Fashion Week®, che si terrà dal 17 al 21 gennaio 2025, in qualità di Video Channel Partner in Giappone, dopo il successo delle edizioni della 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, giugno, settembre 2024.

### **Una speciale pagina web dedicata alla MFW**

(<https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2025ss/>) sarà caricata sulla pagina della 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 Asahi Shimbun distribuirà i contenuti video delle collezioni di ogni brand. Saranno trasmesse inoltre interviste con gli stilisti e i giornalisti di moda di Asahi Shimbun pubblicheranno articoli sulle collezioni per introdurre le nuove tendenze della moda.

### **Asahi Shimbun**

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

Combinando i punti di forza e le competenze dei media del gruppo, come giornali, riviste, televisione, digitale e organizzazioni di eventi, Asahi Shimbun ottiene effetti sinergici più elevati nelle strategie di promozione e comunicazione di marketing.

### **The Asahi Shimbun Digital "Pagina speciale sulla Milano Fashion Week®"**

The Asahi Shimbun Company, che dall'edizione di luglio 2020 è diventata video channel partner per i contenuti in streaming, racconterà sulla pagina dedicata alla moda di The Asahi (<https://www.asahi.com/special/fashion/>), la Milano Fashion Week® che si terrà dal 17 al 21 gennaio 2024. L'edizione di gennaio sarà raccontata con foto e articoli di commento nelle sue pagine, già ben accolte dall'industria della moda e da tutto il pubblico nelle edizioni precedenti. Asahi continuerà a fornire articoli sulla moda e sulle ultime tendenze dei brand e delle collezioni di tutto il mondo anche dopo la fine della MFW.

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

**Pagina di moda di Asahi:**

<https://www.asahi.com/special/fashion/>

**Pagina speciale Milano Fashion Week®:**

<https://www.asahi.com/special/fashion/mfw2025ss/>

**Calendario Milano Fashion Week®:**

17-21 Gennaio 2025

***Il network di Asahi Shimbun***

*Asahi Shimbun ha una tiratura giornaliera di oltre 5,2 milioni di copie e 180 milioni di PV mensili su Asahi Shimbun Digital. Si avvale di reti di raccolta di notizie e reportage in Giappone e all'estero, gestendo 272 uffici, compresi trentatré uffici all'estero, e entrando nel cuore della società giapponese, trattando di politica, economia, sport e cultura. Organizza inoltre numerose mostre d'arte, concerti, eventi culturali e sportivi.*

**Public Affairs, The Asahi Shimbun Company**

[koho2024@asahi.com](mailto:koho2024@asahi.com)

The Asahi Shimbun

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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

**WELLA È OFFICIAL PARTNER DELLA MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION FW25/26 DAL 17 AL 21 GENNAIO SFILANO, INSIEME ALLA MODA FW 25/26, LE NUOVE IDEE PER IL GROOMING MASCHILE**

Milano, 11 dicembre 2024 – **Wella Professionals** è sempre a fianco di Camera Nazionale della Moda Italiana nel ruolo di Official Partner, per lanciare dalle passerelle della Milano Fashion Week® Men's Collection FW24/25 in calendario dal 17 al 21 gennaio 2025, le nuove tendenze grooming. Capelli e barba sono sempre più determinanti nel definire uno stile, soprattutto in un contesto come quello della Milano Fashion Week®, in cui giocano un ruolo fondamentale. Un'acconciatura realizzata "a regola d'arte" come quelle studiate dagli hairstylist Wella Professionals non passa di certo inosservata, anzi può rendere memorabile ogni outfit, dal più formale al più esuberante, valorizzando il fascino delle proposte moda presentate dai vari brand fashion a cui si affianca.

*"Dalle passerelle più prestigiose della moda vogliamo lanciare proposte e idee che catturano ed emozionano, sposando interamente lo stile di ogni brand" commenta Eleonora Pistani, Brand Manager PR Wella Company. "Il grande mondo di Wella, dove la cura e la bellezza dei capelli si arricchiscono ogni giorno e in ogni latitudine di nuove e continue conoscenze e competenze che si riversano sui prodotti e sulla maestria dei nostri hairstylist partner, sono una garanzia di massima qualità e creatività su cui ogni fashion house può contare per esprimere al meglio la propria eccellenza."*

La lunga esperienza di Wella nei più importanti backstage della moda, del cinema e dello spettacolo rappresenta un valore inestimabile al servizio del mondo fashion, che a sua volta continua ad ispirare i parrucchieri: un circolo virtuoso che pone al centro il benessere e la bellezza della persona, e che ogni giorno si rinnova nei saloni, alla continua ricerca di un tratto unico, grazie anche al supporto delle altissime performance dei prodotti Wella impiegati. Per seguire in diretta tutti i backstage più esclusivi, l'appuntamento è sulla pagina Instagram [@wellaprofessionals\\_italia](https://www.instagram.com/wellaprofessionals_italia).

**Per informazioni la stampa può contattare:**

**Marcella Maggi** - On Point Pr - T. 02/36515820 - [marcella.maggi@onpointpr.it](mailto:marcella.maggi@onpointpr.it)

**Eleonora Pistani** - Brand Pr Wella Company - [eleonora.pistani@wella.com](mailto:eleonora.pistani@wella.com)

Per restare sempre aggiornati:

#MFW2025

#WellaMFW

[www.wella.com/professional/it-IT/home](http://www.wella.com/professional/it-IT/home)



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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

## **CLASS TV MODA ALLA MILANO FASHION WEEK® MEN'S COLLECTION FALL/WINTER 25-26**

Milano, 11/12/2024 - **Class TV Moda** sarà presente anche quest'anno alla Milano Fashion Week® Men's Collection Fall/Winter 25-26, dal 17 al 21 gennaio 2025. Il canale 180 di Sky offrirà la consueta copertura esclusiva delle sfilate e degli eventi più attesi.

Class TV Moda è pronta a raccontare il meglio della moda maschile anche per la prossima stagione autunno/inverno, con una programmazione ricca di sfilate, interviste esclusive e approfondimenti sulle ultime tendenze dall'evento milanese, offrendo un accesso privilegiato al cuore dell'industria fashion.

Si rinnova anche la partnership di Class Editori nel suo complesso con l'evento milanese, consolidando un legame tradizionale con Camera Nazionale della Moda Italiana. Il Gruppo leader nell'informazione finanziaria, moda, lusso, food e lifestyle, garantirà infatti una copertura completa della Milano Fashion Week® Men's Collection 25-26 attraverso tutti i suoi media leader nella comunicazione fashion. La settimana sarà infatti raccontata anche da MF Fashion, l'unico quotidiano della moda e del lusso d'Italia e d'Europa.

**Sito web:**

[classtvmoda.it](http://classtvmoda.it)

**Contatti stampa:**

**Simone Stenti**

Email: [ufficiostampa@classeditori.it](mailto:ufficiostampa@classeditori.it)

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

**Contatti Class TV Moda:**

**Sara Perrini**

Email: [sperrini@class.it](mailto:sperrini@class.it)

Telefono: +39 3420421453

*Classeditori*

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

MILANO FASHION WEEK®

17 - 21 JANUARY 2025

Men's Collection - Autumn/Winter 2025/2026

MILANO  
FASHION  
WEEK®

## FRANCIACORTA BRINDISI UFFICIALE DELLA MILANO FASHION WEEK®

Milano, 11/012/2024 - A partire dal 2012 il Consorzio Franciacorta ha dato il via ad una importante partnership con la 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.

*"Essere partner di Camera Nazionale della Moda Italiana rappresenta per Franciacorta motivo di grande orgoglio e l'occasione per rafforzare valori e peculiarità affini", afferma **Silvano Brescianini**, Presidente del Consorzio. "Il Franciacorta, infatti, condivide con i brand italiani di moda la creatività e l'artigianalità che conferiscono al prodotto finito originalità, eleganza e qualità, fattori distintivi dell'Italian Style nel mondo".*

Grazie a tale accordo, Franciacorta è per il tredicesimo anno consecutivo il brindisi ufficiale delle Milano Fashion Week®, di cui il prossimo appuntamento sarà la Milano Fashion Week® Men's Collection di Gennaio.

*"Franciacorta rappresenta un vino espressione di un magnifico territorio, dove quotidianamente i produttori si adoperano per garantire un prodotto unico, esattamente come accade nella moda. Si tratta di una partnership nata dal rispetto reciproco di due realtà che condividono un linguaggio comune: quello dell'eccellenza" - continua Silvano Brescianini.*

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 condividiamo con Camera Nazionale della Moda Italiana è la sostenibilità, una delle priorità più importanti per Franciacorta che da anni si impegna a dare vita a una viticoltura capace di tendere all'equilibrio con l'ambiente." - Dichiarò il **Presidente** - "Siamo custodi del tema, da anni abbiamo avviato uno studio sulla biodiversità funzionale dei suoli franciacortini e che, con orgoglio, è stato recentemente oggetto di pubblicazione scientifica."*

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:**

[stampa@franciacorta.wine](mailto:stampa@franciacorta.wine) - T. 0307760477

 **FRANCIACORTA**

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

# Fashion Economic Trends

Camera Nazionale della Moda Italiana

Dicembre  
2024

## L'industria italiana della moda in cifre

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

	2019	2020	2021	2022	2023	prev. 2024
Fatturato (mln €) (*)	90 237	68 129	81 789	98 841	101 312	95 942
Variazione %	0.8%	-24.5%	20.1%	20.8%	2.5%	-5.3%
Export (mln €)	71 552	56 168	71 910	86 328	88 832	90 609
Variazione %	6.2%	-21.5%	28.0%	20.1%	2.9%	2.0%
Import (mln €)	39 315	31 539	37 024	49 044	48 276	45 701
Variazione %	2.6%	-19.8%	17.4%	32.5%	-1.6%	-5.3%
Saldo con l'estero (mln €)	32 237	24 629	34 886	37 284	40 556	44 907
Occupazione (migliaia)	600	575	560	565	565	
N. di imprese (migliaia)	64	58	59	62	60	

(\*) FATTURATO CONSOLIDATO AL NETTO DELLE VENDITE INTRA-SETTORIALI

FONTE: CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA



### SINTESI

- Il terzo trimestre è stato molto negativo per l'industria italiana della moda. La tendenza sfavorevole del primo semestre si è accentuata sia sul mercato nazionale italiano che sui mercati di esportazione.
- Nel complesso dell'industria della moda, nei primi 9 mesi dell'anno, il calo del fatturato rispetto allo stesso periodo del 2023 è stato del -6.5%, un risultato quindi peggiore di quello del primo semestre (-6.1%).
- La componente dei settori "core" (tessile, abbigliamento pelle, pelletteria e calzature) ha replicato il calo di -8% del secondo trimestre. Nei settori "collegati" (beauty, occhiali, gioielli e bigiotteria) la crescita boom del primo semestre si è invece affievolita nel terzo trimestre (+3.8%), causando un peggioramento della media complessiva del settore.
- Il rallentamento si è progressivamente trasferito anche sul fronte delle esportazioni, che sono aumentate soltanto dell'+1.9% nei primi 8 mesi del 2024, rispetto allo stesso periodo del 2023. Si è ampliato in questo periodo il gap di crescita tra la dinamica delle esportazioni dei settori "core", le cui esportazioni sono calate del -4.8% e i settori collegati che hanno, al contrario, registrato una crescita dell'export a 2 cifre (+20.6%).
- Le importazioni registrano la situazione molto debole della domanda interna italiana e sono in calo sia nei settori "core" (-5.7%) che nei settori "collegati" (-5.2%). Il saldo commerciale complessivo di moda e settori collegati è positivo per €26.6miliardi, in crescita di €3 miliardi rispetto al primo semestre 2023.
- Dopo due trimestri negativi, i dati ISTAT su redditi e occupazione restano positivi, inoltre, il confronto con un trimestre, l'ultimo del 2023, già in contrazione autorizzano a prevedere una stabilizzazione che conterrà il calo annuale del fatturato intorno al -5%

# Fatturato e prezzi

## RALLENTANO LA CORSA NEL TERZO TRIMESTRE I SETTORI COLLEGATI A CAUSA DELLA DEBOLEZZA DEL MERCATO INTERNO. SI RIPETE NEL TERZO TRIMESTRE IL CALO DEL FATTURATE DEI SETTORI CORE

Se nel secondo trimestre il calo del fatturato si era attenuato rispetto a quello del primo, i dati del terzo mostrano una contrazione più netta di quanto fosse previsto, pari al -5.9% rispetto al corrispondente trimestre del 2023, rimandando all'ultimo trimestre la possibilità di una stabilizzazione.

Il peggioramento è dovuto a una combinazione di fattori: il persistere nel terzo trimestre di un calo significativo (-8%) nei settori "core" (tessile, abbigliamento pelle, pelletteria e calzature), simile a quello già registrato nel secondo, e a una minore compensazione positiva da parte dei settori "collegati" (beauty, occhiali, gioielli e bigiotteria) la cui crescita si è ridotta al +3.8%, dopo aver superato, ad esempio nel beauty il +7.5% nel primo semestre.

Il fatturato dei primi nove mesi del 2024 resta, in ogni caso, ancora del 6% superiore a quello degli stessi mesi del 2019, l'anno pre-pandemia.

Anche i prezzi hanno contribuito al peggioramento del fatturato. Nei settori "core", i prezzi industriali e quelli di sell-in dei negozi si erano mantenuti fino a maggio in modesta crescita (tra +0,5% e +0.8% rispetto agli stessi mesi del 2023), da giugno a settembre hanno invece registrato un calo (-0,2% sullo stesso periodo del 2023).

Nei settori collegati la crescita dei prezzi negli ultimi si è contenuta nella cosmesi e nella bigiotteria (rispettivamente +0,2% e +1.6%) con un netto raffreddamento rispetto sia al 2023 che al primo semestre. Nella gioielleria, invece i prezzi sono aumentati in misura significativa (+9.7% nel trimestre rispetto allo stesso del 2023), un aumento a cui non è estraneo il rialzo delle quotazioni dell'oro.

Il terzo trimestre è stato negativo anche per le vendite al dettaglio di abbigliamento e calzature che, in ogni mese, tra maggio ed agosto hanno registrato riduzioni delle vendite rispetto agli stessi mesi del 2023. A settembre e ottobre, si è invece avuto un rimbalzo, più accentuato nell'abbigliamento che nelle calzature, con due mesi consecutivi di crescita, +3.4% e +2.8% rispettivamente che potrebbero preludere a un quarto trimestre migliore e di stabilizzazione della congiuntura.



### Industria italiana della moda

Andamento trimestrale del fatturato.

Var. % su stesso trimestre dell'anno precedente.

2020-2024

Fonte: elab CNMI su dati ISTAT

# Commercio con l'estero

## PERSISTE LA DIVARICAZIONE TRA L'EXPORT DEI SETTORI "CORE" E "COLLEGATI". IN CALO I PRIMI IN CRESCITA I SECONDI. LA DEBOLEZZA DEL MERCATO ITALIANO COMPRIME LE IMPORTAZIONI

Il rallentamento si è trasferito anche alle esportazioni, aumentate soltanto del +1.9% nei primi 8 mesi del 2024, rispetto allo stesso periodo del 2023. Si è ampliato in questo periodo il gap di crescita tra la dinamica delle esportazioni dei settori "core" (tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature), le cui esportazioni sono calate del -4.8% (-6.1% verso i Paesi Extra-UE) e i settori collegati (occhiali, gioielli, bigiotteria e beauty), che hanno al contrario registrato una crescita dell'export a 2 cifre (+ 20.6%, con + 29.6% verso i Paesi extra-UE).

La forte divaricazione tra i due comparti ha fatto sì che, per la prima volta, i settori collegati siano arrivati a contare per quasi 1/3 (il 31%) del totale delle esportazioni della moda italiana

Restano di difficile interpretazione le dinamiche per Paese a causa dei dati che, come già segnalato negli scorsi FET, sono alterati da evidenti cambiamenti dei canali dei flussi di export, Nei settori "core" va approfondito il crollo dell'export verso la Svizzera, che ha avuto per molto tempo un fondamentale ruolo di piattaforma logistica verso altri Paesi di destinazione finale.

Nei settori collegati si registra il fenomeno Turchia a cui i dati doganali, così come riportati dall'ISTAT assegnerebbero il ruolo di principale paese di destinazione dell'export italiano per l'insieme di profumi, gioielli e occhialeria, è da osservare che l'export dei settori "core" verso la Turchia è invece rimasto stabile sui livelli del 2023 .

Nei settori "core" la Francia mantiene la po-

Industria della moda			Settori collegati		
Paese	mln €	var.%	Paese	mln €	var.%
<b>Esportazioni Primi 10 mercati. Gen-Agosto 2024</b>					
Francia	5 921	1.1%	Turchia	3 394	393.7%
Germania	3 695	-5.8%	Stati Uniti	2 520	-4.1%
Stati Uniti	3 685	0.4%	Francia	1 731	0.3%
Cina	2 748	9.4%	Emirati	1 096	14.3%
Spagna	2 112	3.1%	Svizzera	1 066	-19.1%
Svizzera	1 703	-51.2%	Germania	982	7.4%
Regno Unito	1 577	-8.4%	Spagna	710	18.4%
Corea del Sud	1 523	-10.5%	Hong Kong	696	-3.6%
Giappone	1 495	5.7%	Regno Unito	650	10.2%
Hong Kong	1 483	10.7%	Irlanda	478	9%
MONDO	41 480	-4.8%	MONDO	18 614	20.6%
Extra-Ue 28	20 476	-6.1%	Extra-Ue 28	12 125	29.6%
<b>Importazioni. Primi 5 fornitori Gen-Agosto 2024</b>					
Cina	4 091	-7.4%	Francia	1 236	-18.5%
Francia	2 456	7.6%	Cina	757	6.0%
Spagna	2 272	18.9%	Spagna	394	42.7%
Germania	1 792	2.6%	Svizzera	368	-0.9%
Paesi Bassi	1 586	9.3%	Belgio	368	-8.8%
MONDO	24 783	-5.7%	MONDO	8 693	-5.2%
Extra-Ue 28	12 063	-12.0%	Extra-Ue 28	2 063	-6.6%

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Settori collegati: occhialeria, gioielleria, bigiotteria, cosmesi

sizione di primo paese di destinazione, grazie anche al flusso di esportazioni di abbigliamento pelletteria e calzature prodotti in Italia per i grandi gruppi del lusso francese. I dati negativi verso Germania (-5.8%) e Regno Unito (-8.4%) riflettono la situazione di grave crisi economica che colpisce i due Paesi. Si conferma anche la difficoltà del mercato coreano.

Le importazioni registrano uno stato di debolezza della domanda interna italiana e sono in calo sia nei settori "core" (-5.7%), che nei settori "collegati" (-5.2%).

Il saldo commerciale complessivo di moda e settori collegati è positivo per €26.6miliardi, in crescita di €3 miliardi rispetto al primo semestre 2023, ma con un calo

# Le Previsioni

## Lo scenario macroeconomico

L'ultimo rapporto di previsione della Commissione Europea ha annunciato il ritorno a un contesto macroeconomico meno teso, pur con una crescita modesta. Secondo la Commissione Europea la frenata dei consumi iniziata nell'Unione a metà 2023 si va allentando parallelamente alla discesa dell'inflazione.

La graduale ripresa del potere d'acquisto dei salari, il permanere di un mercato del lavoro forte e la riduzione dei tassi d'interesse, i consumi sono destinati a crescere ulteriormente.

Gli Usa chiuderanno il 2024 in crescita, con i consumi privati (+2.7% al netto dell'inflazione) che fanno da traino al PIL.

Al contrario l'economia giapponese resta debole fino alla fine del 2024 e all'inizio del 2025, a causa della debolezza della domanda interna.

Il principale punto di domanda a fine 2024 e inizio 2025 resta la Cina. La lenta crescita dei salari e la crisi immobiliare in corso continuano a frenare la crescita. Le recenti misure politiche, tra cui il pacchetto di sostegni monetari e fiscali, hanno migliorato il clima del mercato, ma il loro impatto rimane incerto per dimensione e tempi.

## La moda italiana a fine 2024

Nel terzo trimestre, l'industria italiana della moda ha deluso le attese di stabilizzazione, registrando invece un netto calo del fatturato, vicino al -6%, per la prosecuzione della riduzione delle vendite nei settori "core" e il minore impatto positivo della crescita nei settori collegati.

La debolezza della domanda contrasta con il buon andamento dei dati di occupazione e reddito per l'insieme dell'economia italiana e riflette non solo una certa stanchezza dei consumi dopo due anni di crescita accelerata di spesa e dei prezzi, ma anche comportamenti di spesa più cauti di protezione da rischi futuri.

Il persistere dei dati positivi sul mercato del lavoro e i segnali chiari di fine della fase inflativa potranno tuttavia favorire una stagione di vendite natalizie più favorevole e un generale miglioramento del clima.

Resteranno del tutto presenti invece, anche a inizio 2025, i rischi provenienti dalle oscillazioni, per ora quasi tutte negative dei mercati esteri, con la Cina in cima alle preoccupazioni.

In questo contesto si può prevedere nell'ultimo trimestre una stabilizzazione del fatturato che consentirà di limitare la contrazione 2024 sul 2023 a circa il -5%.

MILANO  
FASHION  
WEEK®



Camera Nazionale  
della Moda Italiana

# Calendar

17 - 21 January 2025

Men's Collection - Fall/Winter 2025/2026

WITH THE  
SUPPORT OF

madeinitaly.gov.it



OFFICIAL  
PARTNERS



ENTERTAINMENT  
PARTNER



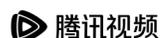
MEDIA  
PARTNER



WINE  
PARTNER



STREAMING AND  
VOD PARTNERS



OOH STREAMING  
PARTNER



VIDEO CHANNEL  
PARTNER



MILANOFASHIONWEEK.CAMERAMODA.IT

CAMERAMODA.IT #MFW @MILANFASHIONWEEK

FINAL CALENDAR PUBLISHED ON 11/12/2024

# MILANO FASHION WEEK®



Camera Nazionale  
della Moda Italiana

Calendar / 17 - 21 January 2025 / Men's Collection / Fall - Winter 2025-2026

FASHION SHOWS/PRESENTATIONS/DIGITAL CONTENTS — FINAL CALENDAR PUBLISHED ON 11/12/2024

Friday 17 Jan	Saturday 18 Jan	Sunday 19 Jan	Monday 20 Jan	Tuesday 21 Jan
	09:30/12:30 <b>ELEVENTY *</b> VIA U. VISCONTI DI MODRONE, 11 - Presentation	10:00/18:00 <b>VALEXTRA *</b> VIA A. MANZONI, 3 - Presentation	10:00/16:00 <b>RUBINACCI *</b> VIA GESÙ, 1 - Presentation	10:30 <b>CARNET-ARCHIVE ** - Digital</b>
	09:30/15:30 <b>BRIONI **</b> CORSO VENEZIA, 16 - Presentation	10:00/18:00 <b>MONTECORE *</b> VIA MONTENAPOLEONE, 10 - Presentation	11:00 <b>GIORGIO ARMANI *</b> VIA BERGOGNONE, 59	11:00 <b>KML ** - Digital</b>
	10:00/13:00 <b>KITON *</b> VIA PONTACCIO, 21 - Presentation	11:00 <b>SIMON CRACKER **</b> LOCATION TBC	12:00 <b>GIORGIO ARMANI *</b> VIA BERGOGNONE, 59	11:30 <b>RKIVE CITY * - Digital</b>
	10:00/15:00 <b>RALPH LAUREN PURPLE LABEL *</b> VIA SAN BARNABA, 27 - Presentation	12:00 <b>MAGLIANO **</b> VIA MARCO D'AGRATE, 23		12:00 <b>VICTOR HART ** - Digital</b>
	10:00/16:00 <b>CORTIGIANI *</b> VIA GESÙ, 6/8 - Presentation	14:00 <b>PRADA *</b> VIA LORENZINI, 14	15:00 <b>ZEGNA *</b> PIAZZALE C. MAGNO, 1 - GATE 16	
15:00/19:00 <b>FEDERICO CINA **</b> LOCATION TBC - Presentation	10:00/17:00 <b>TEN C *</b> VIA UBERTI, 6 - Presentation	14:30/17:30 <b>CANALI *</b> VIA VEZZA D'OGGIO, 14 - Presentation		
15:00/19:00 <b>ALTEA **</b> VIA C. CORRENTI, 14 - Presentation	10:00/18:00 <b>CHURCH'S *</b> LOCATION TBC - Presentation	14:30/19:30 <b>VIAPIAVE33 **</b> VIA OLMETTO, 1 - Presentation	17:00/19:00 <b>JACOB COHEN **</b> PIAZZA CESARE BECCARIA, 8 - Presentation	
15:00/20:00 <b>1989 STUDIO **</b> VIA G. B. PIRANESI, 4 - Presentation	11:00/19:30 <b>GROSSI *</b> VIA E. TAZZOLI, 3 - Presentation	15:00 <b>DHRUV KAPOOR **</b> VIA A. CALABIANA, 6A		
15:00/20:00 <b>QASIMI **</b> LOCATION TBC - Presentation	11:00 <b>PRONOUNCE **</b> VIALE BLIGNY, 52	15:00/19:00 <b>LATORRE *</b> VIA A. MANZONI, 23 - Presentation		
15:00/21:00 <b>BRUNELLO CUCINELLI **</b> VIALE MONTELLO, 16 - Presentation	12:00/18:00 <b>MARAGNO **</b> VIA BALILLA, 6 - Presentation	16:00/19:00 <b>BRETT JOHNSON *</b> VIA MANZONI, 38 - Presentation		
16:00 <b>PIERRE-LOUIS MASCIA **</b> VIA VIGEVANO, 18	12:30 <b>DOLCE&amp;GABBANA *</b> VIALE PIAVE, 24	16:00 <b>SAUL NASH *</b> VIA PIETRASANTA, 14		
16:00/20:00 <b>LA MARTINA **</b> CORSO GARIBALDI, 1 - Presentation	13:00/18:00 <b>HARMONT &amp; BLAINE **</b> VIA TORTONA, 37 - Presentation	17:00/19:00 <b>TOD'S *</b> VIA PALESTRO, 14 - Presentation		
16:00/20:00 <b>NOSKRA *</b> PIAZZA XXV APRILE, 11/B	14:00/18:00 <b>PAL ZILERI *</b> VIA VERRI, 8 - Presentation	17:00/19:00 <b>ROLD SKOV **</b> VIA F. CASATI, 24 - Presentation		
17:00/20:00 <b>C.P. COMPANY *</b> VIA FIAMMA, 18 - Presentation	15:00 <b>JORDANLUCA **</b> LOCATION TBC	17:00/21:00 <b>WOOLRICH BLACK LABEL BY TODD SNYDER *</b> C.SO VENEZIA, 3 - Presentation		
17:00/20:00 <b>GR10K *</b> VIA F. CARCHIDIO, 2 - Presentation	15:00/18:00 <b>CORNELIANI *</b> VIA DURINI, 24 - Presentation	17:30/20:30 <b>KB HONG *</b> PIAZZA DEL DUOMO, 21 - Presentation		
17:00/20:00 <b>HEVO **</b> VIA FRIULI, 62 - Presentation	16:30/19:00 <b>MORDECAI **</b> VIA VALLARSA, 10 - Presentation	17:30/20:30 <b>VALSTAR *</b> CORSO VENEZIA, 11 - Presentation		
17:00/21:00 <b>BLAUER X PIRELLI *</b> VIA PRIV. GASPARE BUGATTI, 9 - Presentation	18:30/21:30 <b>PEOPLE OF SHIBUYA *</b> PIAZZA CITTA DI LOMBARDIA, 1 - Presentation	19:00 <b>DUNHILL *</b> VIA S. PAOLO, 10		
20:00 <b>PDF *</b> VIA TORTONA, 27	19:00 <b>EMPORIO ARMANI *</b> VIA BERGOGNONE, 59			
21:00 <b>PHILIPP PLEIN *</b> VIA MANIN, 21				
* MEN'S COLLECTION ** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION <b>FASHION SHOW &amp; LIVE STREAMING</b>	* MEN'S COLLECTION ** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION <b>FASHION SHOW &amp; LIVE STREAMING</b>	* MEN'S COLLECTION ** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION <b>FASHION SHOW &amp; LIVE STREAMING</b>	* MEN'S COLLECTION ** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION <b>FASHION SHOW &amp; LIVE STREAMING</b>	* MEN'S COLLECTION ** MEN'S/WOMEN'S COLLECTION <b>FASHION SHOW &amp; LIVE STREAMING</b>

Shuttle buses link one fashion show to the other and depart daily, on January 17th at 15:00, and from the 18th to the 20th, at 9:00 from Piazza Duomo, corner with Piazza dei Mercanti

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

# MILANO FASHION WEEK®



Camera Nazionale  
della Moda Italiana

Calendar / 17 - 21 January 2025 / Men's Collection / Fall - Winter 2025-2026

## EVENTS/PRESENTATIONS BY APPOINTMENT — FINAL CALENDAR PUBLISHED ON 11/12/2024

By Appointment	from 17/01 to 21/01	<b>ARTIOLI</b> VIA BIGLI, 15 T. +39 348 706 2886 / +39 03 31 84 10 61
	from 17/01 to 20/01	<b>GAMS NOTE</b> VIA PIERCANDIDO DECEMBRIO, 28 T. +39 342 182 3468 / info@gamsnote.com
	from 17/01 to 19/01	<b>MTL STUDIO</b> VIA PIETRO COLLETTA, 69 T. +39 338 932 3446 / press@mtlstudio.it
Cultural Events	<b>ACT-IDEAS-IMPACT   EIGHT ARTISTS PUBLISHED BY ESQUIRE ITALIA</b> FROM 17/01/2025 TO 19/01/2025 VERNISSAGE ON: 16/01/2025 SPAZIO CIRCOLO - VIA SPIGA, 48 www.esquire.com/it	
	<b>ANDREA BRANZI. CIVILIZATIONS WITHOUT JEWELS HAVE NEVER EXISTED</b> FROM 18/12/2024 TO 16/02/2025 10 CORSO COMO GALLERY - CORSO COMO, 10 www.10corsocomo.com	
	<b>GEORGE HOYNINGEN-HUENE   GLAMOUR AND AVANT-GARDE</b> FROM 21/01/2025 TO 18/05/2025 PALAZZO REALE - PIAZZA DEL DUOMO, 12 www.mostrageorgehne.it	
	<b>MARCELLO MALOBERTI. METAL PANIC</b> FROM 27/11/2024 TO 09/02/2025 PAC - PADIGLIONE D'ARTE CONTEMPORANEA   MILANO - VIA PALESTRO, 14 www.pacmilano.it	
	<b>MERIEB BENNANI. FOR MY BEST FAMILY</b> FROM 31/10/2024 TO 24/02/2025 FONDAZIONE PRADA - LARGO ISARCO, 2 www.fondazioneprada.org	
	<b>MIRACOLI A MILANO. CARLO ORSI FOTOGRAFO</b> FROM 31/10/2024 TO 02/02/2025 PALAZZO MORANDO   COSTUME MODA IMMAGINE - VIA SANT'ANDREA, 6 www.comune.milano.it/web/palazzo-morando	
Events	<b>UGO MULAS. L'OPERAZIONE FOTOGRAFICA</b> FROM 10/10/2024 TO 02/02/2025 PALAZZO REALE - PIAZZA DEL DUOMO, 12 www.palazzorealemilano.it	
	<p>Friday 17 January</p> <p>17:00/21:00 <b>GROSSI</b> unveils theCasting, the unseen craft behind the AW collection, with a small cocktail. The space is an ode to the art of becoming through different immersive video installations. Fondazione Sozzani, via Tazzoli, 3. By invitation only.</p> <p>from 23:00 <b>PDF</b> after-party. Brand's crew urban battle with DJ set. Arca Milano, via Rimini 38. By invitation only.</p>	

Events	Saturday 18 January			
	22:00/2:00 <b>MSGM</b> presents its autumn/winter 2025 men's collection. Location see on invitation.			
	Sunday 19 January			
	15:00/19:00	<b>FABIO QUARANTA</b> presents URANIA, a menswear archive seasonless collection. Motelsalieri, via Privata Passo Pordoi, 6. By invitation only.		
	18:00/21:00	<b>BALLY</b> opens its doors to celebrate a special capsule collection in collaboration with DJ Leo Mas. Bally House Milano, via Montenapoleone 29. By invitation only.		
	20:00/1:00	<b>MARCELLO PIPITONE - BONOLA</b> presents a collection of unique tailored womens and menswear pieces. Party with Dj set to accompany the event. Location see on invitation.		
	Monday 20 January			
	18:00/20:00	<b>CAMERA SHOWROOM MILANO, CONFARTIGIANATO MODA &amp; ICE</b> present CSM MEETS SUSTAINABILITY. Selected collections will be presented for foreign and italian buyers and press. Palazzo Giureconsulti, Piazza dei Mercanti, 2. By invitation only.		
	WITH THE SUPPORT OF			
	madeinitaly.gov.it			
	OFFICIAL PARTNERS	ENTERTAINMENT PARTNER	MEDIA PARTNER	WINE PARTNER
	STREAMING AND VOD PARTNERS	OOH STREAMING PARTNER	VIDEO CHANNEL PARTNER	
			URBAN VISION	The Asahi Shimbun

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