



Al via Milano Moda Uomo. Oltre 80 gli appuntamenti: apre Moschino, chiude Zegna



Milano Moda Uomo (ph. Eugenio Intini)

Venti sfilate fisiche e quattro digitali, 44 presentazioni, otto su appuntamento e otto eventi per un totale di 84 rendez-vous. Sono questi i numeri di Milano Moda Uomo in partenza oggi fino al 17 giugno. La prima sfilata sarà alle 16, dopo il debutto in passerella dello scorso febbraio, il nuovo direttore creativo **Adrian Appiolaza** svelerà le proposte maschili di **Moschino** insieme alla pre-collezione donna.

Per la prima volta **Martine Rose** lascerà Londra e sfilerà all'ombra della Madonnina sabato 16; in passerella anche il brand **Dunhill**, di proprietà di **Richemont**, il cui stilista **Simon Holloway** ha esordito a febbraio nella capitale inglese con la sua prima collezione. Per la prima volta tra i défilé digitali, a cui è dedicata la giornata di martedì 18, ci sarà il brand cinese **Valleyouth**. In questa edizione tornerà in calendario **Magliano**, guest di Pitti Uomo a gennaio. **Zegna** chiuderà il calendario delle sfilate fisiche. Questa edizione segnerà anche la celebrazione dei 90 anni di **Canali** con un evento speciale mentre **Msgm** festeggerà il 15° anniversario del brand con uno show co-ed. Sabato tornerà in passerella, ma off schedule, **Richmond**.

Lunedì 17 giugno, a chiusura della manifestazione, si terrà l'evento di **Camera Nazionale della Moda Italiana** 'MFW Party'. Cnmi per questa edizione attiverà inoltre un'iniziativa di collaborazione con il **Ciff** (Copenhagen International Fashion Fair). Dal 14 al 18 giugno, all'interno di Palazzo Giureconsulti, una selezione di designer scandinavi presenterà le proprie collezioni attraverso una static exhibition. Oltre al brand **Henrik Vibskov**, che sarà presente anche nel calendario ufficiale delle presentazioni di Mfw, Ciff Showrooms Milan coinvolgerà marchi come **Stine Goya**, **Mark Kenly Domino Tan**, **Envelope 1976**, **Aiayu**, **Adnym**, **Isnurh** e **Les Deux**.

Per la prima volta nel calendario presentazioni figurano **Ascend Beyond**, **Cortigiani**,



David Koma, Des_Phemmes, Diomene, Gams Note, GR10K e Henrik Vibskov.

Sempre nell'ottica di uno scambio internazionale Cnmi e **Seul Metropolitan Government** hanno siglato un protocollo d'intesa e collaboreranno per promuovere alcuni brand coreani emergenti che saranno selezionati da una giuria internazionale a giugno e che debutteranno a settembre durante la fashion week. I brand potranno inoltre beneficiare di un programma di mentoring realizzato da Cnmi e **Seul Metropolitan Government**.

La nuova campagna di comunicazione realizzata da Cnmi, Comune di Milano e Yes Milano è incentrata anche per questa edizione sulla narrazione di luoghi caratteristici di Milano come l'Università Bocconi che ha ospitato il set. Dietro l'obiettivo **Eugenio Intini** con lo styling di **Giulia Meterangelis** e che vede protagonisti quattro modelli con look di due brand finalisti del Camera Moda Fashion Trust Grant 2024 **Ascend Beyond** e **Federico Cina**, e dei marchi **Çanaku, Jordanluca, Maragno, MTL Studio, ViaPiave33**.

Parallelamente agli eventi di Milano Moda Uomo, dal 15 al 17 giugno, si terrà **White Milano** con il format dedicato al mondo resort. L'appuntamento, patrocinato dalla Regione Lombardia e dal Comune di Milano, si svolgerà presso il Superstudio Più in via Tortona 27, con 101 aziende, 41 in più rispetto all'edizione del 2023, e con una partecipazione internazionale che raggiunge il 65 per cento. Guidato dalla general manager **Simona Severini**, il team **White** Resort sul fronte creativo propone un percorso espositivo trasversale, che nasce dall'esperienza nel prêt-à-porter e si apre a nuove influenze internazionali.

Infine, in occasione dell'imminente fashion week, **Camera Showroom Milano** torna in scena con tre eventi: **Artisanal Evolution**, **Csm meets sustainability** e **Csm Culture Club**. L'associazione autonoma e indipendente, che raccoglie i principali showroom multibrand di Milano, per questa nuova edizione delle sfilate uomo punta a valorizzare il concetto di made in Italy e di sostenibilità.

