PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 28 settembre 2026 alle ore 13:17
> Versione Online

Alla MFW 4 collettive espressione della moda globale: Keqiao, Oriental FS, Brazilian SF, B Iconic



Alla Milano Fashion Week quattro progetti di respiro internazionale hanno portato a Milano la nuova proiezione internazionale della moda cinese, nordafricano-mediorientale, brasiliana e sino-coreana: KeqiaoCollective Runway Show, Oriental Fashion Show, Brazilian Sustainable Fashion e B Iconic.

Keqiao Collective Runway Show

Inserita nel calendario ufficiale degli eventi della Milano Fashion Week, la terza edizione del Keqiao Runway Show ha posto al centro un modello di collaborazione che unisce design, industria e cultura e che, grazie all'accordo triennale con Camera Nazionale della Moda Italiana, rafforza lo scambio tra Italia e Cina.

Il progetto racconta il dialogo tra due Paesi che hanno costruito parte della propria identità culturale e produttiva attorno alla moda e al tessile: l'Italia, con la sua tradizione creativa, sartoriale e manifatturiera, e la Cina, con una secolare cultura per i tessuti e una capacità industriale oggi sempre più orientata verso ricerca e creatività.

L'iniziativa si sviluppa nell'ambito dell'accordo triennale tra Keqiao e Camera Nazionale della Moda Italiana, che prevede un percorso di collaborazione e scambio destinato a proseguire anche in Cina.

Onclusive
Tutti i diritti riservati
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 28 settembre 2026 alle ore 13:17
> Versione Online

Dopo la presenza dei talenti di Keqiao a Milano, la Keqiao Fashion Week vedrà la partecipazione di una selezione di designer italiani emergenti, rafforzando la dimensione bidirezionale del progetto. Keqiao, distretto della città di Shaoxing nella provincia dello Zhejiang, è uno dei grandi poli tessili della Cina e negli ultimi anni ha affiancato alla propria vocazione industriale una crescente attenzione a creatività, innovazione e sostenibilità.

Sono stati protagonisti della presentazione per la stagione Spring-Summer 2027 i marchi Gu Yuandai, Liu Hongchao, Sancailiyi e Sayaanno. Gu Yuandai sviluppa una ricerca incentrata sul rapporto tra passato e futuro e sul recupero della manualità nell'epoca dell'industrializzazione, considerando l'abito come un oggetto capace di custodire memoria e tempo; Liu Hongchao, attraverso una ricerca focalizzata sulla maglieria, esplora le possibilità artistiche di fibre e materiali, combinando tessuti naturali, materiali riciclati e tecniche artigianali della tradizione cinese; Sancailiyi parte dalla filosofia orientale per costruire una proposta femminile essenziale e senza tempo, fondata sull'equilibrio tra natura, materiali e corpo; Sayaanno compie invece una ricerca sulla costruzione dell'abito e sulla sua struttura, interpretando così il rapporto tra corpo, tempo e natura, attraverso la trasformazione del capo in un racconto silenzioso.

Il progetto del distretto di Keqiao è stato protagonista anche al salone di moda di ricerca White, come di consueto svoltosi in Via Tortona. Una delegazione istituzionale di Keqiao, guidata da Jing Yao, District Mayor of People's Government del distretto di Keqiao (Shaoxing), si è incontrata con personalità di spicco del panorama istituzionale e della moda d'Italia, tra cui il Cavalier Mario Boselli, Presidente della Fondazione Italia Cina, Brenda Bellei, CEO di White Milano, Maira Cacucci, Consigliere di Regione Lombardia, Maura Basili, Presidentessa di Camera Buyer, e Marco Griguolo, Consigliere Delegato alle Infrastrutture di Città Metropolitana di Milano, per celebrare l'evoluzione di una sinergia che va ben oltre la sola produzione tessile. Keqiao, polo industriale d'eccellenza dello Zhejiang, continua infatti a scegliere Milano come piattaforma internazionale per valorizzare la propria svolta stilistica, in una cooperazione strategica che mette in rete due patrimoni manifatturieri e culturali straordinari.

Sono stati 15 i brand protagonisti al White di questa edizione: Alberto Zambelli, Angelo, Bensen, Davii Poet, Guyuandai, Massimo Foroni, Mastrovito, Oliva, Puremono, Ravlvmono, Liuhongchao, Sancailiyi, Sayaanno, Tayunguan e Yinan Group.

Oriental Fashion Show

Nella cornice del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, tre protagoniste della couture contemporanea legate alla tradizione della Via della Seta hanno sfilato durante la Milano Fashion Week nell'Oriental Fashion Show, fondato da Hind Joudar: Yoland dal Sultanato dell'Oman, Rena dal Marocco e Gowher Gouvernet dal Turkmenistan.

L'Oriental Fashion Show è da oltre 20 anni una piattaforma internazionale dedicata alla valorizzazione della couture orientale e al dialogo tra culture attraverso la moda. Nel corso della sua attività ha presentato oltre 200 designer provenienti da 50 Paesi in importanti capitali internazionali tra cui Parigi, Milano, Marrakech, Tangeri, Dubai, Baku e Istanbul.

L'omanita Yoland, designer e fondatrice della sua casa di moda, ha portato a Milano una collezione di Abaya Haute Couture, dedicata alla rilettura contemporanea di uno dei capi simbolo della tradizione femminile del Golfo e del Medio Oriente. La collezione trae ispirazione dalla cultura

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 28 settembre 2026 alle ore 13:17
> Versione Online

dell'Oman e, in particolare, dal patrimonio artigianale del Dhofar, regione conosciuta per le sue lavorazioni manuali, la tradizione legata all'incenso e la ricchezza dei suoi motivi ornamentali. Ricami, dettagli sartoriali e lavorazioni artigianali vengono reinterpretati da Yoland attraverso un linguaggio contemporaneo, creando un dialogo fra tradizione, modernità e identità culturale.

Brand di moda contemporaneo radicato nell'heritage e nell'artigianalità marocchina, nato nei laboratori di Casablanca, Rena si chiama così da Renata, la maison de couture della madre della fondatrice, attiva da 40 anni, e richiama al tempo stesso i concetti di Rinascita, Renaissance e Reconnection. La sua prima collezione propone una rilettura contemporanea del caftano marocchino, attraverso un approccio moderno, versatile e personale, a metà tra moda e gioiello. Ogni capo viene concepito individualmente a Casablanca e realizzato dalle mani di un unico maalem , maestro artigiano custode del savoir-faire tradizionale del Marocco.

Gowher Pirkulyyeva Gouvernet è la designer turkmena fondatrice dell'omonima maison, che vive e lavora tra Parigi e Ashgabat. Formata in Fashion Design a Parigi e Costume Design a San Pietroburgo, con alle spalle esperienze nel mondo del costume e dello spettacolo, oggi la stilista insegna presso il Formamod Paris e collabora con maison di alta moda francesi e internazionali. Nel 2022 ha fondato la propria azienda in Turkmenistan, con l'obiettivo di preservare e reinterpretare la tradizione nomade turkmena attraverso un linguaggio contemporaneo, portandola anche a sfilare alla Haute Couture Week di Parigi. La sua ricerca unisce il keshde , i ricami e gli ornamenti tradizionali a una rigorosa costruzione sartoriale di matrice parigina.

Brazilian Sustainable Fashion

Con il progetto “Brazilian Sustainable Fashion in Milan - Craftsmanship and Culture: The New Luxury”, anche la moda brasiliana è stata protagonista della Milano Fashion Week di settembre 2026, mettendo al centro della sua presenza la capacità di trasformare la diversità creativa del Paese in moda, brand e prodotti ad alto valore aggiunto, tra innovazione e know-how, fra sostenibilità e identità culturale, fino al design contemporaneo.

Il 22 settembre la partecipazione verdeoro è partita con una sfilata ospitata nella storica cornice dei Chiostri di San Barnaba a Milano, con protagoniste le collezioni di 10 brand brasiliani a leadership femminile, selezionati per il loro impegno nell'adozione di pratiche sostenibili all'interno dei processi produttivi. Il 23 e 24 settembre tutto è proseguito con un esclusivo showroom pensato come spazio di incontro e confronto tra le società brasiliane e buyer, distributori, media specializzati e altri professionisti del mercato internazionale, con la partecipazione delle aziende Alina Amaral, Ana de Jour, Ateliê Val Valadares, Camila Machado Ateliê, Celeste, Lybethras, Ludimila Heringer, Natural Cotton Color, Proposta Verde e Villa Dharma.

L'iniziativa è stata organizzata dall'Associazione Brasiliana dell'Industria Tessile e dell'Abbigliamento (Abit), in collaborazione con l'Agenzia Brasiliana per la Promozione del Commercio e degli Investimenti (ApexBrasil), attraverso Texbrasil, il Programma per l'Internazionalizzazione dell'Industria Tessile e della Moda Brasiliana, e con il supporto dell'Associazione Brasiliana dell'Industria per la Moda Sostenibile (Abrimos).

La partecipazione brasiliana in MFW è stata pensata anche in relazione con la nuova normativa in materia di moda dell'Unione Europea, che sta introducendo il Digital Product Passport (DPP), destinato a rafforzare gli obblighi di trasparenza dei brand in relazione all'impatto ambientale,

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

economico e sociale dei prodotti lungo l'intera catena del valore. L'introduzione del sistema è prevista a partire dal 2027–2028 e interesserà i marchi che commercializzano i propri articoli nell'Unione Europea. In questo scenario, il comparto brasiliano presenta già numerosi elementi in linea con l'evoluzione del quadro regolamentare, ricorda ApexBrasil, organizzazione non profit che promuove le esportazioni brasiliane, sostiene l'internazionalizzazione delle aziende e attrae investimenti esteri verso il Brasile. L'impiego di materiali certificati e a ridotto impatto ambientale, l'adozione di pratiche produttive responsabili e la collaborazione con comunità artigianali consentono di integrare dimensioni ambientali, economiche e sociali nelle diverse fasi della produzione. La presenza a Milano ha assunto pertanto una rilevanza strategica.

Con Abest – Brazilian Association of Fashion Designers, ApexBrasil sviluppa Fashion Label Brasil, programma di internazionalizzazione della moda brasiliana ad alto valore aggiunto nato oltre 17 anni fa con l'obiettivo di posizionare il fashion brasiliano sui mercati internazionali e promuovere l'immagine di un Paese innovativo e contemporaneo. Il programma sviluppa attività strategiche e iniziative di trade promotion rivolte a womenswear, menswear, swimwear, activewear, footwear, accessori, gioielleria e bigiotteria, accompagnando le aziende nell'espansione e nel consolidamento della propria presenza sui mercati esteri.

Sul fronte della filiera tessile e dell'abbigliamento, la collaborazione tra ApexBrasil e Abit si sviluppa attraverso Texbrasil, programma che in oltre 25 anni ha accompagnato circa 2.000 brand verso i mercati export, generando 11 miliardi di dollari di business. Abit rappresenta una base industriale composta da 25.700 aziende, oltre 1,34 milioni di lavoratori e 221 miliardi di reais di fatturato annuo nel 2024. In questo scenario, l'Italia riveste un ruolo particolarmente strategico. Nel 2025 ha rappresentato il 16,9% delle esportazioni brasiliane del fashion complex destinate all'Unione Europea, posizionandosi come secondo mercato del blocco dopo la Francia.

B Iconic

B Iconic ha chiuso la terza edizione, tenuta alle Officine del Volo in Milano Fashion Week, rafforzando il suo nuovo modello come piattaforma dedicata a business, networking, immagine e opportunità concrete per i brand. Ideato da Giulio Di Sabato, Simone Ruggeri e Mitch Mihic e prodotto da Caremoli & Ruggeri, l'evento ha segnato un'evoluzione significativa con il debutto del Pop-up Store & Temporary Showroom in collaborazione con Best Showroom, che ha affiancato alla presentazione delle collezioni la dimensione commerciale con incontri buyer, vendita diretta e raccolta ordini, insieme all'apertura all'area retail con presenze come Matteo Sorbellini e il brand di skincare coreana Ongju. Centrali sono state la forte vocazione internazionale e lo scouting della manifestazione, con designer quali Kimooncho, Li Yuntao, Drycri, Sul Young Hee, Par.lune, Ludovica Milano, Golden Rabbit, Pelliot, Met Jeans e Massimo Sabbadin, rafforzata dalla partnership con Fondazione Italia Cina e dal progetto ‘Future Moda' dedicato al dialogo tra Italia e Cina per i giovani talenti, nell'ambito del quale Li Yuntao è stato selezionato da B Iconic e dalla Fondazione.

Grande attenzione è stata riservata alle nuove generazioni attraverso il B Iconic Emerging Talent Program presented by Fondazione Fiera Milano, che ha permesso a tre talenti di Marangoni, IED e IUAD di sfilare senza costi con produzione professionale e incontri con buyer e stampa. La manifestazione ha confermato la sua vocazione interdisciplinare con il dialogo tra moda e arte curato da Sofia Curci e con installazioni site-specific di Eros Gasparini, Jacopo Rumignani, Federico Politanò e Alex Belli con la collezione ‘The Materials', e ha ribadito il proprio impegno sociale con Women for Women Against Violence, Official Social Impact Partner, ideato da Donatella Gimigliano e

Tutti i diritti riservati

PUBBLICAZIONE: it.fashionnetwork.com
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Web
AVE: €124.19
REACH: 8565
CATEGORIA DEL SITO WEB:
VISITE MENSILI: 260389.00
AUTORE: Gianluca Bolelli
URL: it.fashionnetwork.com
> 28 settembre 2026 alle ore 13:17
> Versione Online

promosso da Consorzio Umanitas, che ha portato in passerella Antonietta Tuccillo e ha promosso il Camomilla Fashion Award realizzato dal maestro orafo Michele Affidato.

Per i riconoscimenti, il B Iconic Award ha visto primo classificato Kimooncho, per la reinterpretazione contemporanea dell'estetica orientale e del kimono realizzata interamente a mano dalla designer con seta naturale e stampe d'autore prodotte a Como. Seconda classificata Antonietta Tuccillo, che trasforma l'arte dell'uncinetto in capi unici fatti a mano nati come percorso di forza e rinascita durante le terapie oncologiche. Il B Iconic Emerging Talent Award presented by Fondazione Fiera Milano è stato assegnato a Giovanni Alberto Acanfora di Istituto Marangoni con la collezione ‘L'Anello Mancante', nata all'interno di un programma che ha coinvolto anche Sofia Licari di IED e Benedetta Panuccio di Accademia IUAD Milano.

Il B Iconic Award per l'arte è stato conferito a Marzia Ratti, artista visiva e concettuale attiva dal 2001. Il B Iconic Award Excellence in Vision & Leadership è stato assegnato a Maura Basili per il contributo allo sviluppo del retail indipendente e alla valorizzazione del Made in Italy. Il B Iconic Award Excellence in Couture & Cultural Heritage è andato alla designer coreana Sul Young Hee per oltre quarant'anni di dedizione all'alta moda che trasforma la tradizione coreana in un linguaggio contemporaneo. Il B Iconic Camomilla Fashion Award ha premiato Maria Elena Viola, Direttrice di Donna Moderna , per l'impegno giornalistico su diritti, violenza di genere e salute femminile, e a Leo Mel, per il coraggio di aver difeso la sorella e la famiglia scegliendo la giustizia senza rispondere con violenza.

Onclusive
Tutti i diritti riservati
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/