

CAMERA NAZIONALE
DELLA MODA ITALIANA PRESENTS

#MFW insider's guide



Camera Nazionale
della Moda Italiana

MILANO
FASHION
WEEK

Back in stock!



GO TO CART



WOW your shoppers with Customer 360.

Redeem Rewards

★ 360 pts



sfdc.co/360



Index

12 HIGHLIGHTS

14 FASHION HUB

16 DESIGNERS FOR THE PLANET

24 A GLOBAL MOVEMENT TO UPLIFT
UNDERREPRESENTED BRANDS

28 MFW FORWARD

34 BUDAPEST SELECT

Letter

Dear all,

welcome back to Milan for this edition of the Fashion Week!

Fashion has always had a special relationship with the city of Milan, which on this occasion will once again welcome numerous visitors from all over the world for the 175 events on our calendar.

Camera Nazionale della Moda Italiana, through its extensive program of initiatives, continues on its path aimed at achieving important goals: contributing to accelerating sustainable change in the fashion supply chain, accelerating the multicultural evolution of our country with a view to diversity and inclusion, and promoting the talent of the best emerging designers on the national and international scene.

The Fashion Hub, hosted for this edition at Palazzo Giureconsulti, returns to be the center of our Fashion Week by hosting projects involving young emerging designers who find here important opportunities for visibility, networking and business, enhancing experimentation, innovation, craftsmanship, sustainability, inclusion and education. The projects scheduled for this edition are Designers for the Planet, now in its 7th edition, A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands, carried out in collaboration with Teneshia Carr, Owner and Editor-in-Chief of Blanc Magazine, and MFW Forward, which involves designers selected for their particular focus on research, innovation, experimentation and ability to combine these aspects with new trends and cultural changes.

The promotion and support of emerging talents have always been a fundamental pillar of our Association, which in recent years has created and implemented specific projects with a view to enhancing the creativity and visions that new designers bring to the fashion system.

This edition confirms the centrality of our Fashion Week in the international scene; Milan, energetic and vibrant, encompasses the necessary elements to make possible the coexistence of great brands and new talents that make the city a multifaceted hub where creativity and know-how are combined.

Fashion Week returns for this edition to have almost all physical events, with many people coming to Milan from all over the world. However, for those who will not be able to be physically present, our digital platform milanofashionweek.cameramoda.it will still be active, allowing to follow all the fashion shows in streaming.

I wish all of you a great fashion week.

Carlo Capasa



Cari tutti,

bentornati a Milano per questa edizione della Fashion Week!

La moda ha da sempre un rapporto speciale con la città di Milano che in questa occasione accoglierà ancora una volta numerosi visitatori da tutto il mondo per i 175 appuntamenti previsti nel nostro calendario.

Attraverso l'esteso programma di iniziative Camera Nazionale della Moda Italiana continua il suo percorso finalizzato al raggiungimento di obiettivi importanti: contribuire ad accelerare il cambiamento sostenibile nella filiera della moda, accelerare l'evoluzione multiculturale del nostro Paese in un'ottica di diversity and inclusion, e promuovere il talento dei migliori designer emergenti nel panorama nazionale e internazionale.

Il Fashion Hub, ospitato per questa edizione a Palazzo Giureconsulti, torna a essere il centro della nostra Fashion Week ospitando progetti che coinvolgono giovani designer emergenti che trovano qui importanti occasioni di visibilità, networking e business, valorizzando sperimentazione, innovazione, artigianalità, sostenibilità, inclusione e formazione. I progetti in programma per questa edizione sono Designers for the Planet, giunto alla 7° edizione, A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands, realizzato in collaborazione con Teneshia Carr, Owner e Editor-in-Chief di Blanc Magazine e MFW Forward, che coinvolge designer selezionati per la particolare attenzione alla ricerca, all'innovazione, alla sperimentazione e per la capacità di combinare questi aspetti con i nuovi trend e i cambiamenti culturali.

La promozione e il supporto ai talenti emergenti sono da sempre pilastro fondamentale della nostra Associazione, che negli ultimi anni ha creato e implementato progetti specifici in un'ottica di valorizzazione della creatività e delle visioni che i nuovi designer portano al sistema moda.

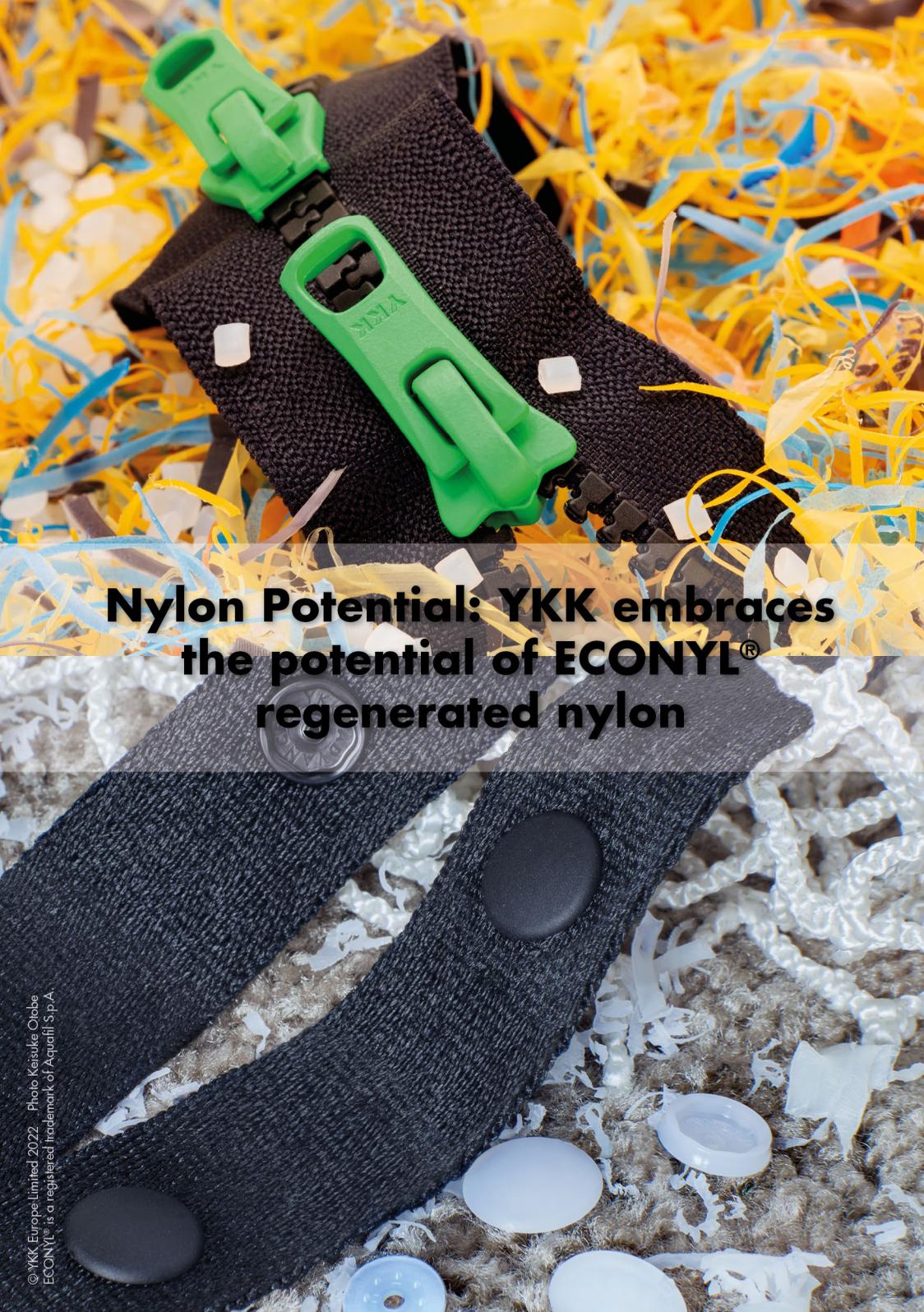
Questa edizione conferma la centralità della nostra Fashion Week nel panorama internazionale; Milano, energica e vibrante, racchiude in sé gli elementi necessari per rendere possibile la coesistenza di grandi brand e nuovi talenti che rendono la città un hub poliedrico in cui si coniugano creatività e saper fare.

La settimana della moda torna per questa edizione ad avere quasi la totalità di eventi fisici, con moltissime persone in arrivo a Milano da tutto il mondo. Resta comunque attiva, per chi non potrà essere fisicamente presente, la nostra piattaforma digitale milanofashionweek.cameramoda.it per seguire tutte le sfilate in streaming.

Buona settimana della moda a tutti voi.

Carlo Capasa





**Nylon Potential: YKK embraces
the potential of ECONYL®
regenerated nylon**



YKK
Little Parts. Big Difference.™

Find out how in the YKK SS24 Collection

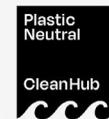




SUNDAY RILEY

OFFICIAL
SKINCARE
PARTNER

MILANO
FASHION
WEEK



  @SundayRiley | @SundayRileyEurope



VERY ITALIAN, VERY FRANCIACORTA



franciacorta.wine @franciacorta

Un luogo straordinario a ridosso delle Alpi, ricco di tesori d'arte e naturalistici. Un desiderio di dar vita a una viticoltura in equilibrio con l'ambiente, nel rispetto dei principi naturali e di sostenibilità. Una cultura antica dalla quale nascono vini pregiati, la cui vivacità accompagna da sempre brindisi e degustazioni, dona piacere, leggerezza e gioia di vivere. Uno stile di vita inimitabile, riconosciuto in tutto il mondo, un prodotto unico, capace di illuminare ogni attimo.

Benvenuti in Franciacorta.



Franciacorta

FOR THE VERY FIRST TIME AT

Milano
Fashion
Week

WOMEN'S COLLECTION

PRESENTATIONS

ADD

Boyy

Lara Chamandi

Maison Laponte

Mantù

Max&Co With Anna dello Russo

Pianegonda

Spaccio Alta Magliera

Viviers

Weekend Max Mara with Kate Phelan

Wolford

Yali

Zineb Hazim & Karim Daoudi

SHOWS

Tomo Koizumi supported by Dolce & Gabbana

Avavav*

Alabama Muse*

*DIGITAL SHOW

For this edition of Milano Fashion Week Women's Collection too, Camera Nazionale della Moda Italiana inaugurates the Fashion Hub, which becomes the Headquarters of the association. Specially set up to host CNMI's projects and initiatives, the Fashion Hub is located this year at Palazzo Giureconsulti, 2 Piazza dei Mercanti, and will be open to the public from Feb. 22 to 26 from 9:30 a.m. to 7 p.m. and on Feb. 27 from 9:30 a.m. to 1 p.m. The opening night will be Tuesday, Feb. 21 from 5-7 p.m. On this occasion, the winner of The Best Shops Award, an initiative born from the collaboration between CNMI and Camera Buyer Italia (CBI), will be unveiled, with the winner receiving a communication activity on CBI's institutional channels and the inclusion for one season of his or her collection on ikrix.com, the association's official marketplace.



The Fashion Hub showcases the work of emerging creatives and focuses on experimentation, innovation, craftsmanship, sustainability and education. The projects presented for this edition are: Designers for the Planet, A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands and MFW Forward. In addition, the Budapest Select project will be present again this year, for the 9th edition, with a presentation on Feb. 21 at the opening night (the Budapest Select project fashion show will be held on Feb. 23). A rich program of Educational Talks will also be held during the week; the talks, given by Milan fashion schools, foundations, companies and Associations, will be an important opportunity to reflect on the needs of the industry's present and to understand the direction for the future. Throughout the week there will be a customized space by Scalapay, CNMI's official partner, with activities for visitors. Class Editori, CNMI's media partner, will also be present and will broadcast live content amplified by the ClassTVModa channel and live streaming of the fashion shows on the calendar thanks to the presence of a big screen.

In the Fashion Hub spaces, LuisaViaRoma will also be present, presenting LVROOM, a styling suite with a selection of garments chosen from the latest proposals of emerging designers and big brands. Throughout Fashion Week, there will also be a VIP Lounge set up by Kartell, designed to welcome national and international professionals, where a catering service will be provided with our wine partner Franciacorta.

Fashion Hub

Camera Nazionale della Moda Italiana inaugura anche per questa edizione della Milano Fashion Week Women's Collection, il Fashion Hub, che diventa l'Headquarters dell'associazione. Allestito appositamente per ospitare i progetti e le iniziative di CNMI, il Fashion Hub si trova quest'anno presso Palazzo Giureconsulti, in Piazza dei Mercanti 2, e resterà aperto al pubblico dal 22 al 26 febbraio dalle 9.30 alle 19.00 e il 27 febbraio dalle 9.30 alle 13.00. La serata di opening sarà martedì 21 febbraio dalle ore 17.00 alle ore 19.00. In questa occasione sarà svelato il vincitore del The Best Shops Award, iniziativa nata dalla collaborazione tra CNMI e Camera Buyer Italia (CBI), che prevede per il vincitore un'attività di comunicazione sui canali istituzionali di CBI e l'inserimento per una stagione della sua collezione su ikrix.com, marketplace ufficiale dell'associazione.

Il Fashion Hub valorizza il lavoro dei creativi emergenti e pone l'attenzione sulla sperimentazione, l'innovazione, l'artigianalità, la sostenibilità e la formazione. I progetti presentati per questa edizione sono: Designers for the Planet, A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands e MFW Forward. Inoltre, sarà presente anche quest'anno, per la 9° edizione, il progetto Budapest Select con una presentazione il 21 febbraio in occasione della serata di opening (la sfilata del progetto Budapest

Select si terrà il 23 febbraio). Durante la settimana si terrà, inoltre, un ricco programma di Educational Talks; i talk, tenuti da scuole di moda di Milano, fondazioni, aziende e Associazioni, saranno un'importante occasione di confronto per riflettere sulle necessità del presente dell'industria e per capire la direzione per il futuro. Per tutta la settimana sarà presente uno spazio personalizzato da Scalapay, partner ufficiale di CNMI, con attività per i visitatori. Anche Class Editori, media partner di CNMI, sarà presente e trasmetterà contenuti live amplificati dal canale ClassTVModa e i live streaming delle sfilate presenti in calendario grazie alla presenza di un maxischermo.

Ci sarà anche LuisaViaRoma che presenterà LVROOM, una styling suite con una selezione di capi scelti tra le ultime proposte di designer emergenti e grandi brand. Per tutta la settimana all'interno del Fashion Hub sarà inoltre presente una Vip Lounge allestita da Kartell, pensata per accogliere operatori nazionali e internazionali, in cui è previsto un servizio di catering con il nostro Wine partner Franciacorta.

The Designers For The Planet project, now in its 7th edition, is dedicated to emerging brands that have made sustainability a key component in the creation of their collections, presented once again for this edition in a dedicated space within the Fashion Hub of Camera Nazionale della Moda Italiana. The brands were selected by a technical jury composed of Sara Sozzani Maino (Creative Talent Curator, International Brand Ambassador CNMI), Sabrina Scarpellini (Co-Founder & Fashion Director Massimo Bonini), Beppe Angiolini (Sugar), Gianluca

Cantaro (Editor-in-Chief & Co-Founder Stxdyoz), and Paolo Naldini (General Director Cittadellarte-Fondazione Pistoletto Onlus) and Paola Arosio (Head of New Brands & Sustainability Projects CNMI). The challenge is to rethink the future of fashion through a path that leads to the achievement of the highest standards of sustainability, taking into account production, environmental and social factors and supporting new generations that are increasingly attentive and sensitive to the issue.

Il progetto Designers For The Planet, giunto quest'anno alla 7ª edizione, è dedicato a brand emergenti che hanno fatto della sostenibilità una componente fondamentale per la realizzazione delle proprie collezioni, presentate anche per questa edizione in uno spazio dedicato all'interno del Fashion Hub di Camera Nazionale della Moda Italiana. I brand sono stati selezionati da una giuria tecnica composta da Sara Sozzani Maino (Creative Talent Curator, International Brand Ambassador CNMI), Sabrina Scarpellini (Co-Founder & Fashion Director Mas-

simo Bonini), Beppe Angiolini (Sugar), Gianluca Cantaro (Editor-in-Chief & Co-Founder Stxdyoz), e Paolo Naldini (General Director Cittadellarte-Fondazione Pistoletto Onlus) e Paola Arosio (Head of New Brands & Sustainability Projects CNMI). La sfida è ripensare il futuro della moda attraverso un percorso che conduca al raggiungimento dei più alti standard di sostenibilità, tenendo conto dei fattori produttivi, ambientali e sociali e supportando le nuove generazioni sempre più attente e sensibili al tema.



Designers for the *Planet*

ASCEND ABEYOND

BE NINA

CAVIA

ENDELEA

ILARIA BELLOMO

OH CARLA

PAIRI DAEZA

SAKE

SPACCIO

ASCEND ABEYOND

Ascend Beyond is a menswear brand founded in 2021 by Emanuele Abbondanza and Marco Grossi.

The brand's core elements are quality, care, environmental concern, collaboration and cooperation, fairness, respect, diversity, authenticity, inclusion, gratitude, self-expression, openness, patience, and teamwork. These are all elements that emerge in their collections. The brand's approach to sustainability is based on the use of one-stock fabrics or in case that is not possible, carefully and rigidly selected fabrics based on tangible sustainability criteria, such as certifications and supply chain transparency. The production mode, moreover, is based on pre-orders to reduce waste. The reuse of materials and the integration of pre-existing elements are key elements for the brand, which also bases part of its aesthetic identity on these.

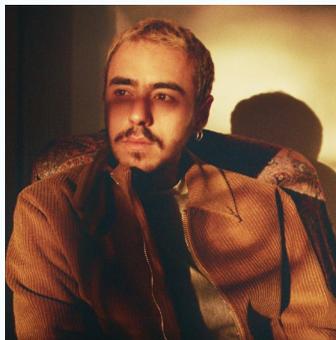
Ascend Beyond è un brand di abbigliamento maschile fondato nel 2021 da Emanuele Abbondanza e Marco Grossi. Gli elementi cardine del brand sono qualità, cura, attenzione all'ambiente, collaborazione e cooperazione, equità, rispetto, diversità, autenticità, inclusione, gratitudine, espressione di sé, apertura, pazienza e lavoro di squadra. Tutti elementi che emergono nelle loro collezioni. L'approccio del brand alla sostenibilità si basa sull'utilizzo di tessuti one-stock o nel caso non fosse possibile, su tessuti accuratamente e rigidamente selezionati in base a criteri tangibili di sostenibilità, come certificazioni e trasparenza della filiera. La modalità produttiva, inoltre, è basata su preordini per ridurre gli sprechi. Il riutilizzo dei materiali e l'integrazione di elementi preesistenti sono elementi fondamentali per il brand che basa su questi anche parte della sua identità estetica.



BE NINA

Be Nina is an independent and sustainable brand founded by Sabrina Bonatesta, womenswear fashion designer. The garments are one-of-a-kind pieces made from up-cycled materials characterized by care for each individual element and produced with a slow-fashion perspective. Be Nina's collections feature old handmade crochets once used in Italian homes as curtains, tablecloths, doilies and blankets and brought back to life. Old towels and sheets made on a loom from raw linen and cotton are also used as up-cycled materials as they are rare and indestructible. In addition to these materials, antique buttons and discarded fabrics and leathers from Apulian artisans are used. The FW 23/24 collection is entitled "my first trip to Japan".

Be Nina è un brand indipendente e sostenibile fondato da Sabrina Bonatesta, womenswear fashion designer. I capi sono pezzi unici realizzati con materiali up-cycled caratterizzati dalla cura per ogni singolo elemento e prodotti in ottica slow-fashion. Le collezioni di Be Nina sono caratterizzate da vecchi uncinetti realizzati a mano, usati un tempo nelle case italiane come tende, tovaglie, centrini e coperte e riportati a nuova vita. Anche vecchi asciugamani e lenzuola realizzati a telaio in lino e cotone grezzi vengono utilizzati come materiali up-cycled in quanto rari e indistruttibili. Oltre a questi materiali vengono utilizzati bottoni antichi e tessuti e pellami di scarto provenienti da artigiani pugliesi. La collezione FW 23/24 è intitolata "Il mio primo viaggio in Giappone".



CAVIA

Cavia is the project from fashion designer Martina Bero founded to convey the authenticity, imagination and craftsmanship of Made in Italy, combined with a sincere commitment to the planet.

As a matter of fact, each piece of Cavia is made from waste materials; clothes and fabrics are recycled, avoiding waste and giving them new life and beauty. The brand's values are manifested through the combination of kaleidoscopic tones, vibrant knots and contrasting materials.

Cavia is an open-source world of inspiration that welcomes differences and promotes inclusivity: each unique piece is meant to reflect the preciousness of otherness that everyone has; this is the reason why the brand continuously explores collaboration with people and creatives. In fact, for Cavia, there is no imagination without cooperation.

Cavia è il progetto dalla fashion designer Martina Bero fondato per trasmettere l'autenticità, l'immaginazione e l'artigianalità del Made in Italy, unite all'impegno sincero verso il pianeta. Ogni pezzo di Cavia, infatti, è realizzato da materiali di scarto; abiti e tessuti vengono riciclati, evitando lo spreco e donando loro nuova vita e bellezza. I valori del brand si manifestano attraverso l'abbinamento di toni caleidoscopici, nodi vibranti e materiali contrastanti. Cavia è un mondo open-source di ispirazione che accoglie le differenze e promuove l'inclusività: ogni pezzo unico vuole riflettere la preziosità dell'alterità che ognuno ha; questa è la ragione per cui il brand esplora continuamente la collaborazione con altre persone e creativi. Infatti, per Cavia non esiste immaginazione senza cooperazione.



ENDELEA

Endelea is an ethical fashion brand founded in Milan in 2019 by Francesca De Gottardo with the idea of creating collections of clothes and accessories combining Made-in-Italy design and African fabrics; as a matter of fact, the collections are designed in Milan and handmade in Dar es Salaam, Tanzania. The goal of endelea, which in the Swahili language means "to move forward without giving in to difficulties," is to create a dialogue between Europe and Africa by promoting the development of a fashion industry in Tanzania through local purchasing and production and through workshops and collaboration with schools and universities funded with part of the proceeds. Since 2020, endelea has been a benefit company, a business that works to have a positive impact on people and the environment. Inclusion and equality are indeed cornerstones of the project as are up-cycling practices, certified textiles, and the production of 100 percent plastic-free packaging.

Endelea è un brand di moda etica fondato a Milano nel 2019 da Francesca De Gottardo con l'idea di creare collezioni di abiti e accessori che combinassero design Made in Italy e tessuti africani; infatti, le collezioni sono disegnate a Milano e realizzate a mano a Dar es Salaam, in Tanzania. L'obiettivo di Endelea, che in lingua swahili significa "andare avanti senza arrendersi alle difficoltà", è creare un dialogo tra Europa e Africa, promuovendo lo sviluppo di un'industria della moda in Tanzania grazie all'acquisto e alla produzione locale e a workshop e collaborazioni con scuole e università finanziati con parte dei ricavi. Dal 2020 Endelea è una società benefit, un'impresa che lavora per avere un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente. Inclusione e parità sono infatti cardini del progetto così come le pratiche di up-cycling, i tessuti certificati e la produzione di packaging 100% senza plastica.



ILARIA BELLOMO

The brand, founded in 2022, investigates the color Black through matter with the aim of enhancing its nuances and complexity, creating a new and powerful connection between this element and Planet Earth. Fabrics, clothing and objects come to life as material creatures that are placed in the present as a memory encapsulated in a physical body that travels through time.

The act of weaving becomes an interweaving of reminiscences and stories. Fabrics are made with artisanal techniques such as hand weaving and crafted using fine natural yarns and fragments of ancient textiles. Each garment, defined by the designer Creatura, is unique and unrepeatable, the result of an irrational creative process, authenticity and the brutal beauty of imperfection of a slow and painstaking craft process.

Il brand, fondato nel 2022, indaga il colore Nero attraverso la materia con l'obiettivo di esaltarne le sfumature e la complessità, creando una nuova e potente connessione tra questo elemento e il Pianeta Terra. Tessuti, abiti e oggetti prendono vita come creature materiche che si collocano nel presente come una memoria incapsulata in un corpo fisico che viaggia nel tempo. L'atto della tessitura diventa intreccio di reminiscenze e storie. I tessuti sono realizzati con tecniche artigianali come quella della tessitura manuale e realizzati utilizzando filati naturali pregiati e frammenti di tessuti antichi. Ogni capo, definito dalla designer Creatura, è unico e irripetibile, risultato di un processo creativo irrazionale, dell'autenticità e la bellezza brutale dell'imperfezione di un lento e minuzioso processo artigianale.

OH CARLA

OH CARLA is an artisan and upcycling brand created in 2020 by designers Carlotta Boldracchi and Claudia Nesi. The brand produces with recycled fabrics, offcuts and unsold stock, making unique and custom-made pieces. Everything is handmade by breaking down and reassembling fabrics on a dummy, thus making use of 100 percent of the materials. OH CARLA's approach to sustainability, is in fact based on the conscious disposal and reuse of waste material, also ensuring, a unique and personal production for the end customer. Also using the same approach, the brand's collections include a selection of vintage garments reworked following the brand's aesthetic. The brand produces one collection per year and now has three no-season collections under its belt.

OH CARLA è un brand artigianale e di upcycling creato nel 2020 dalle designer Carlotta Boldracchi e Claudia Nesi. Il brand produce con tessuti di riciclo, scampoli e fondi di magazzino, realizzando pezzi unici e custom-made. Tutto è realizzato a mano scomponendo e ricomponendo tessuti a manichino, sfruttando così il 100% dei materiali. L'approccio di OH CARLA alla sostenibilità, è infatti basato sullo smaltimento e il riutilizzo consapevole di materiale di scarto, garantendo inoltre, una produzione unica e personale per il cliente finale. Sempre con lo stesso approccio le collezioni del brand comprendono anche una selezione di capi vintage rielaborati seguendo l'estetica del brand. Il brand produce una collezione all'anno e ha ora all'attivo tre collezioni no season.



PAIRI DAEZA

PAIRI DAEZA is a Milan-based brand founded by Iranian sisters Yasaman and Nastaran Rezaee. PAIRI DAEZA uses the rich cultural and artistic heritage of Persia to create a unique, hybrid and unconventional style in which East meets West and mysticism meets concreteness. The brand relies on Made in Italy and craftsmanship to create durable and sustainable products that also have a positive social impact. Therefore, artisans are sought out for each collection, mainly from marginalized areas of the world, whose art has not yet found a strong voice in industry. PAIRI DAEZA's approach to sustainability concerns the conscious choice of materials, vegan and sourced from local factory waste, with the goal of making the garments durable and respectful of the environment and other life forms. Two collections a year are made and produced to order to avoid overproduction and waste.

PAIRI DAEZA è un brand con sede a Milano fondato dalle sorelle iraniane Yasaman e Nastaran Rezaee. PAIRI DAEZA utilizza il ricco patrimonio culturale e artistico della Persia per creare uno stile unico, ibrido e non convenzionale in cui l'Oriente incontra l'Occidente e il misticismo la concretezza. Il brand punta sul Made in Italy e sull'artigianato per creare prodotti durevoli e sostenibili che abbiano anche un positivo impatto sociale: per questo, per ogni collezione vengono cercati artigiani, provenienti soprattutto da zone del mondo marginalizzate, la cui arte non ha ancora trovato una forte voce nell'industria. L'approccio di PAIRI DAEZA alla sostenibilità riguarda la scelta consapevole dei materiali, vegani e provenienti da scarti di fabbriche locali, con l'obiettivo di rendere i capi durevoli e rispettosi dell'ambiente e delle altre forme di vita. Vengono realizzare due collezioni all'anno e prodotte su ordinazione per evitare sovrapproduzione e sprechi.



SAKE

SAKE is a fashion and accessories brand founded by Colombian-born designer Ana Tafur, who currently lives in Lima, Peru. The brand values the richness of traditional materials and investigates techniques derived from ancestral biotechnology, meeting with indigenous communities and learning how to use vegetable leather from Amazonian communities.

The brand has a clear vision of how nature and cultural traditions are integral to our future well-being, so it is committed to preserving the natural richness that opens space for cultural diversity as a means of understanding and adapting to the environment. The materials used are environmentally sustainable, recycled or fair trade, mostly local and natural, and respectful of nature's rhythms.

SAKE è un brand di moda e accessori fondato dalla designer di origini colombiane Ana Tafur, che attualmente vive a Lima, Perù. Il brand valorizza la ricchezza dei materiali tradizionali e indaga tecniche derivanti dalla biotecnologia ancestrale, incontrando comunità di indigeni e imparando a usare la pelle vegetale dalle comunità dell'Amazzonia.

Il brand ha una chiara visione di come la natura e le tradizioni culturali siano parte integrante del nostro benessere futuro, per questo si impegna nel preservare la ricchezza naturale che apre lo spazio alla diversità culturale come mezzo di comprensione e adattamento all'ambiente. I materiali utilizzati sono ecosostenibili, riciclati o provenienti dal commercio equo solidale, per lo più locali e naturali e rispettosi dei ritmi della natura.

SPACCIO

Founded by Giulia Bortoli, SPACCIO is a physical and creative space for experimentation in knitwear. Born from the need to overcome role hierarchies, Spaccio Maglieria is a growing and inclusive community that does not like to label itself as a brand, but as an ongoing cultural project, welcoming collaborations with young creatives with diverse artistic backgrounds.

Against the pace of industrial knitwear production, SPACCIO combines the latest technologies with craftsmanship, traditional methods with new ways of reusing materials, valuing attention to detail and slowness. Great attention is paid to fiber research, up-cycling and sustainable fabrics from the best Italian suppliers to create garments with a low environmental impact also thanks to their longevity.

Fondato da Giulia Bortoli, SPACCIO è uno spazio fisico e creativo di sperimentazione sulla maglieria. Nato dall'esigenza di superare le gerarchie di ruolo, Spaccio Maglieria è una comunità in crescita e inclusiva, che non ama etichettarsi come un marchio, ma come un progetto culturale continuo, accogliendo collaborazioni con giovani creativi con background artistici diversi.

Contro il ritmo della produzione industriale di maglieria, SPACCIO combina le più recenti tecnologie con l'artigianato e metodi tradizionali con nuovi modi di riutilizzare i materiali, valorizzando la cura dei dettagli e la lentezza. Grande attenzione è dedicata alla ricerca di fibre, all'up-cycling e ai tessuti sostenibili dei migliori fornitori italiani, per creare capi con un basso impatto ambientale grazie anche alla loro longevità.



A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands is the project born from the partnership between Camera Nazionale della Moda Italiana and Teneshia Carr, Owner & Editor in Chief of Blanc Magazine, an independent and inclusive platform that celebrates fashion, art and music. The event is one of several initiatives that have seen Blanc Media and CNMI collaborate in recent years.

The goal of A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands is to give visibility and professional and business opportunities to underrepresented designers on the prestigious and international stage of Milan Fashion Week. The brands selected for the second edition are A.Potts, Diotima and Torlowei.

A Global Movement to Uplift Underrepresented Brands è il progetto nato dalla partnership tra Camera Nazionale della Moda Italiana e Teneshia Carr, titolare e Editor in Chief di Blanc Magazine, piattaforma indipendente e inclusiva che celebra la moda, l'arte e la musica. L'evento si inserisce tra le molteplici iniziative che hanno visto collaborare Blanc Media e CNMI negli ultimi anni.

L'obiettivo di A Global Movement to Uplift Underrepresented brands è dare visibilità e opportunità professionali e di business a designer sottorappresentati sul palcoscenico prestigioso e internazionale della Milano Fashion Week. I brand selezionati per la seconda edizione sono A.Potts, Diotima e Torlowei.



A Global Movement

TO UPLIFT UNDERREPRESENTED BRANDS

TORLOWEI

DIOTIMA

A. POTTS

A. POTTS

A. Potts is a brand founded by Aaron Potts in 2019 and based in Brooklyn, USA. Through the lens of what it calls "everyday editorial," the brand combines creativity and functionality in modern clothes that are as singularly special as they are practical. The collection is an expression of Aaron's love for beauty that unites and celebrates people of all origins, sizes, ages, and gender expressions. Since its founding, the brand has been honored with the Fashion International Rising Star Award for All-Gender Design and has been selected by Harper's Bazaar as a Paradigm Shifting NYC Designer and has been showcased at the Met Museum in the exhibition "In America: A Lexicon of Fashion".



A. Potts è un brand fondato da Aaron Potts nel 2019 con sede a Brooklyn, USA. Il brand, attraverso la lente di quella che chiama "everyday editorial", unisce creatività e funzionalità in abiti moderni che sono tanto singolarmente speciali quanto pratici. La collezione è espressione dell'amore di Aaron per la bellezza che unisce e celebra le persone di tutte le provenienze, taglie, età ed espressioni di genere. Dalla sua fondazione il brand è stato premiato con il Fashion International Rising Star Award for All-Gender Design ed è stato selezionato da Harper's Bazaar come Paradigm Shifting NYC Designer ed è stata esposta al Met Museum nella mostra "In America: A Lexicon of Fashion".



TORLOWEI

TORLOWEI is a fashion house founded by Patience Torlowei in 2017 in Lagos, Nigeria. The brand's founder and creative director places fabric and its workmanship at the center of the creative and design process. These traits, along with the jewel tones used and abstract shapes influenced by her Nigerian heritage are the hallmarks of TORLOWEI, whose collections are designed to be timeless and enduring. In 2014, her creation "The Easther dress" officially became part of the permanent collection of the Smithsonian Institution in Washington, D.C. It was the first haute couture piece to be accepted by the National Museum of African Art.

TORLOWEI è una casa di moda fondata da Patience Torlowei nel 2017 a Lagos, Nigeria. La fondatrice e direttrice creativa del brand pone il tessuto e la sua lavorazione al centro del processo creativo e di progettazione. Questi tratti, insieme ai toni gioiello utilizzati e alle forme astratte influenzate dal suo patrimonio nigeriano sono i tratti distintivi di TORLOWEI, le cui collezioni sono progettate per essere senza tempo e durature. Nel 2014 la sua creazione "The Easther dress" è entrata a fare ufficialmente parte della collezione permanente della Smithsonian Institution di Washington DC: è stato il primo pezzo di alta moda ad essere accettato dal Museo Nazionale di Arte Africana.



DIOTIMA

Diotima was founded by Jamaica-born designer Rachel Scott. Scott's interest in fashion began with an awareness of language's connection to culture and creativity, gained through the studies in French existentialism and post-structuralism. Prior to founding Diotima, Rachel Scott worked for 15 years at all levels of the design process between Milan and New York, gaining the experience necessary to bring extensive technical and creative knowledge to Diotima, with a focus on craftsmanship. Her design sensibility is based on the concrete intersection of history, politics and aesthetics. It is with and through Diotima that Scott seeks to confront, challenge, and relate to the complexities surrounding race, gender, and our relationship to labor and workforce. To the extent that design responds to the present, Scott seeks to contextualize, situate, and reshape the intimate ways in which we think about, wear, and share our experiences with fashion.

Il brand Diotima è stato fondato dalla designer Rachel Scott, nata in Giamaica. L'interesse di Scott per la moda è iniziato con la consapevolezza del legame del linguaggio con la cultura e la creatività, acquisita grazie alla formazione nell'esistenzialismo francese e nel post-strutturalismo. Prima di fondare Diotima, Rachel Scott ha lavorato per 15 anni a tutti i livelli del processo di design tra Milano e New York, acquisendo l'esperienza necessaria per apportare a Diotima una vasta conoscenza tecnica e creativa, con un'attenzione particolare all'artigianato. La sua sensibilità progettuale si basa sull'intersezione concreta tra storia, politica ed estetica. È attraverso Diotima che Scott cerca di confrontarsi, sfidare e relazionarsi con le complessità che circondano la razza, il genere e il nostro rapporto con il lavoro e la manodopera. Nella misura in cui il design risponde al presente, Scott cerca di contestualizzare, collocare e dare nuova forma ai modi intimi in cui pensiamo, indossiamo e condividiamo le nostre esperienze con la moda.

Camera Nazionale della Moda Italiana has been paying attention and care for years to the support and growth of new talents, supporting emerging and independent brands. With this mission in mind, CNMI organizes numerous projects in which it hosts brands in spaces specifically set up and organized to host their fashion shows and presentations.

This is the case with the MFW Forward project, in which ten brands take turns for the duration of the fashion week in showcasing their collections. The brands were selected for their focus on research, innovation, experimentation and their ability to combine these aspects with new trends and cultural changes.

Camera Nazionale della Moda Italiana pone da anni attenzione e cura al sostegno e alla crescita dei nuovi talenti, supportando brand emergenti e indipendenti. Con questo obiettivo CNMI organizza numerosi progetti in cui ospita i brand in spazi appositamente allestiti e organizzati per accogliere le loro sfilate e presentazioni. È questo il caso del progetto MFW Forward, in cui dieci brand si alternano

nell'esposizione delle collezioni per tutta la durata della fashion week. I brand sono stati selezionati per l'attenzione alla ricerca, all'innovazione, alla sperimentazione e per la capacità di combinare questi aspetti con i nuovi trend e i cambiamenti culturali.

MFW Forward

ACBC

APNOEA

ARA LUMIERE

FROY

GENTILE CATONE

LESSICO FAMILIARE

MARCELLO PIPITONE

SAN ANDRES MILANO

VISION OF SUPER

FASHION Program HUB

22/
27 Feb
2023

22/26 9:30-19:00
27 9:30-13:00

MFW Forward

FEBRUARY 22ND

11:00 - 13:00

FROY EXPERIMENTAL KNITWEAR WITH MIX BETWEEN FASHION, DESIGN AND ART

17:00 - 19:00

ACBC ANYTHING CAN BE CHANGED

FEBRUARY 23RD

11:00 - 13:00

VISION OF SUPER URBAN, SUBCULTURE, AVANT-GARDE, CONTEMPORARY, COMMUNITY AND ROCK

17:00 - 19:00

LESSICO FAMILIARE NOSTALGIC DREAMY DUSTY HIDDEN AND DIRTY

FEBRUARY 24TH

11:30 - 13:30

ARA LUMIERE EMPOWERING THE UNTOLD STORIES OF ACID-ATTACK SURVIVORS

17:00 - 19:00

FLORANIA HYPERLOCAL SOLARPUNK DESIGN COLLECTIVE

FEBRUARY 25TH

11:00 - 13:00

GENTILE CATONE CREATING STORIES IN SOPHISTICATED AND SUSTAINABLE WAY

17:00 - 19:00

SAN ANDRES MILANO BE FREEDOM, BE YOURSELF, BE GENDERLESS - *Thanks to Franciacorta*

FEBRUARY 26TH

11:00 - 13:00

APNOEA DECONSTRUCTED ARTISANAL WEAR, WHERE TRADITION MEETS THE FUTURE

17:00 - 19:00

MARCELLO PIPITONE MILANO BONOLA TEAM REBEL SUBURBAN CONTRAST - *Thanks to Franciacorta*

Educational Talks

FEBRUARY 22ND

11:30 - 13:00

CNMI, BLANC MEDIA & MILANO FASHION INSTITUTE D&I FOR NEW GENERATION

17:00 - 18:30

ACCADEMIA COSTUME & MODA FROM THE EARTH TO THE MOON: SWATCH'S JOURNEY TOWARDS INNOVATION

FEBRUARY 23RD

10:00 - 16:00

CITTADELLARTE-FONDAZIONE PISTOLETTO ONLUS FASHION FOR PLANET OPEN PARLAMENT

10:30 - 11:00

CAMERA MODA FASHION TRUST & CITTADELLARTE-FONDAZIONE PISTOLETTO ONLUS OPENING WITH THE PARTECIPATION OF 4 SELECTED STUDENTS TO BE AWARDED WITH ACCADEMIA UNIDEE SCHOLARSHIP

FEBRUARY 24TH

10:00 - 13:00

SCALAPAY PRIVATE EVENT

15:00 - 16:00

ISTITUTO MARANGONI SOCIO-CULTURAL ANATOMY OF FASHION DIGITALIZATION

17:00 - 18:00

CNMI & ICE-AGENZIA DISRUPTIVE CONSUMER TRENDS

FEBRUARY 25TH

11:30 - 13:30

CNMI, ACCADEMIA COSTUME & MODA, IED MODA AND ISTITUTO MARANGONI A PRIVILEGED OBSERVATORY FOR HUMAN RESOURCES

15:00 - 17:00

ACCADEMIA COSTUME & MODA BUILDING A DIGITAL FASHION PORTFOLIO

FEBRUARY 26TH

11:00 - 13:30

IED MODA MILANO MEN IN SKIRTS - FASHION, AESTHETIC CODES AND PROCESSES OF (DE)CONSTRUCTION OF GENDER BINARISM

15:00 - 16:30

UNIC LEATHER, A PRODUCT OF EXCELLENCE OF OUR MADE IN ITALY: ITS VALUES AND THE FALSE MYTHS TO DISPEL

Special Projects

CLASS TV MODA - FRONT ROW - THE VOICE OF FASHION CLASS TV MODA STUDIO SETS UP WITH A LIVE REPORT ON MFW WOMEN'S COLLECTION FW'23/24 - FROM FEB. 22ND TO FEB. 24TH

SCALAPAY CORNER A VERY RECOGNISABLE AND INTERACTIVE SPACE WITH ENGAGING ACTIVITIES AT THE MAIN ENTRANCE OF THE FASHION HUB

LUISAVIAROMA PRESENTS LVROOM, A CURATED SELECTION BY LVR EXCLUSIVELY FOR CNMI'S FASHION HUB

Designers For The Planet

ASCEND BEYOND

COMPOSING MEDITERRANEAN WORKWEAR FOR DAYDREAMERS

BE NINA

RESHAPING YOUR CURIOSITIES INTO WHIMSICAL AND WEARABLE PIECES

CAVIA

FLOATING WITHIN A CONTINUOUS EXPERIMENTATION OF UNIQUE PIECES

ENDELEA

DESIGNED IN ITALY, ETHICALLY MADE IN TANZANIA

ILARIA BELLOMO

ARTISANAL NOIR CREATURES IN RESPECT OF OUR MOTHER NATURE

OH CARLA

UNMISTAKABLE STITCHED-ON-SKIN PIECES WITH COUTURE-ISH ATTITUDE

PAIRI DAEZA

RECLAIMING A SUPPRESSED IDENTITY AND AN ENDANGERED HERITAGE THROUGH CRAFTSMANSHIP

SAKE

HONOURING ANCESTRAL BIOTECHNOLOGY THROUGH CONSCIOUS DESIGN

SPACCIO

YOUR NEIGHBOURHOOD KNIT DEALER. WE EXPERIMENT WE PRACTICE

Palazzo
Milano
Giureconsulti



MILANO
FASHION
WEEK

WITH THE
SUPPORT OF



*A Global
Movement
to Uplift
Underrepresented
Brands*

A. POTTS

UNISEX BRAND FOCUSED ON CREATIVE WEARABILITY AND CELEBRATING DIVERSE BEAUTY

DIOTIMA

SEDUCTIVE ARTISANAL CRAFT AND SLOUCHY TAILORING

TORLOWEI

TIMELESS STATEMENT PIECES, DRAPED WITH LOVE

OFFICIAL
PARTNERS



ENTERTAINMENT
PARTNER

MEDIA
PARTNER

WINE
PARTNER

STREAMING
PARTNERS

VIDEO
CHANNEL PARTNERS

THANKS TO TECHNICAL PARTNERS FOR SUPPORTING DESIGNERS FOR THE PLANET / MFW FORWARD / A GLOBAL MOVEMENT TO UPLIFT UNDERREPRESENTED BRANDS

BONAVERI





Here comes the shine!
SHINEFINITY

IL COLORE CHE IRRADIA LA TUA LUMINOSITÀ

Here comes the shine!
SHINEFINITY

LUCENTEZZA CHE PUOI SENTIRE



— *Official Partner* —
MILANO FASHION WEEK 2023



— *Official Partner* —
MILANO FASHION WEEK 2023

LE NOSTRE SOLUZIONI SONO SEMPRE DI MODA.

Il nostro impegno per una logistica senza confini è cominciato 45 anni fa, mentre la minigonna stava conquistando il mondo. Per questo il settore fashion fa parte di noi: conosciamo le sfide e le opportunità dell'eCommerce e offriamo soluzioni su misura, per portare le ultime tendenze ovunque nel mondo.

DHL per il fashion: una logistica sartoriale che non ha confini.

ecommerce.dhl.it



DHL

for fashion



dhlive.com
il nostro magazine on line

Scarica l'App
DHL Express

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play



PRESENTATION OF HUNGARIAN DESIGNERS

In December 2021, the Hungarian Fashion & Design Agency (HFDA) extended its strategic partnership with the prestigious Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI). The collaboration between HFDA and CNMI aims to give international visibility, prominence and acclaim to Hungarian designers with exceptional potential.

Besides knowledge transfer and newcomer support, the Hungarian Fashion & Design Agency provides an important international network by creating and supporting professional opportunities for talented Hungarian brands under the agency's umbrella brand named Budapest Select.

This season seven Hungarian brands launch their collections on the road of to foreign expansion: UNREAL INDUSTRIES, PINE-TIME CLOTHING, and ZSIGMOND debut in a presentation format. Four Hungarian fashion designers – ABODI, CUKOVY, KATA

SZEGEDI and THEFOUR – showcase their newest collections on the runway through a collective fashion show.

ABOUT HUNGARIAN FASHION & DESIGN AGENCY

The Hungarian Fashion & Design Agency was founded in 2018 to support every actor in the fashion and design industry in an efficient and structured way, following pre-determined strategic pillars: professional coordination, enhancing Hungarian brands' availability and trade opportunities, educational development and manufacturing development. To realise its goals, the HFDA organises domestic events each year, such as the region's major fashion event, the Budapest Central European Fashion Week, or the international award-winner 360 Design Budapest exhibition.

www.hfda.hu @hfdagency
#BudapestSelect

Nel dicembre 2021, l'Hungarian Fashion & Design Agency (HFDA) ha esteso l'accordo strategico con Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI). La collaborazione tra HFDA e CNMI mira a dare visibilità e rilievo internazionale a designer ungheresi che mostrano di avere potenziale.

L'obiettivo dell'Hungarian Fashion and Design Agency è trasferire conoscenze, sostenere i giovani e creare una rete internazionale che supporti e fornisca opportunità professionali a brand ungheresi di talento, riuniti sotto il marchio Budapest Select.

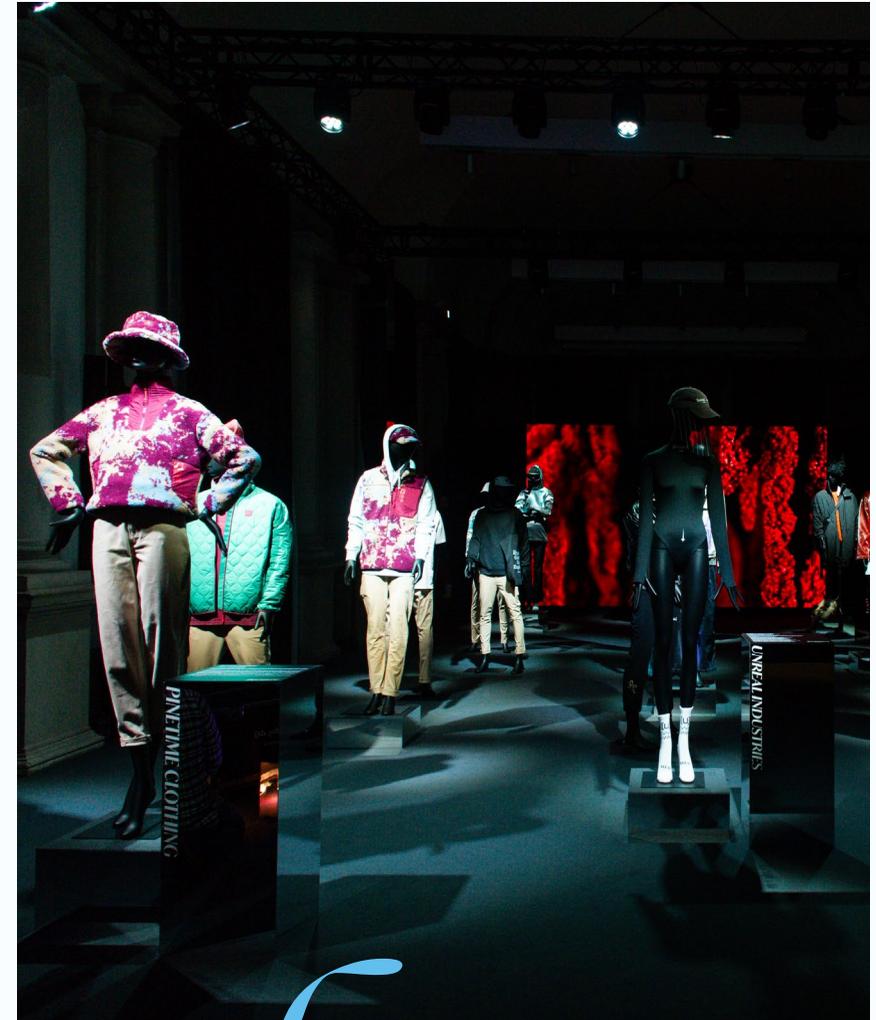
In questa edizione, sulla via dell'espansione all'estero, sono sette i brand che mostrano le loro collezioni: UNREAL INDUSTRIES, PINETIME CLOTHING e ZSIGMOND che svelano le loro collezioni con una presentazione, mentre altri quattro brand, ABODI, CUKOVY, KATA SZEGEDI e THEFOUR, pre-

sentano le loro ultime collezioni con una sfilata collettiva.

ABOUT HUNGARIAN FASHION & DESIGN AGENCY

La Hungarian Fashion & Design Agency (HFDA) è stata fondata nel 2018 per supportare ogni attore dell'industria della moda e del design in modo efficiente e strutturato, seguendo pilastri strategici prestabiliti: coordinamento professionale, miglioramento della possibilità e opportunità commerciali, sviluppo educativo e produttivo. Per realizzare i suoi obiettivi, HFDA organizza ogni anno eventi nazionali, come il principale evento di moda della regione, la Budapest Central European Fashion Week, o la mostra 360 Design Budapest, vincitrice di premi internazionali.

www.hfda.hu @hfdagency
#BudapestSelect



Budapest Select

ABODI

ABODI is the only Transylvania heritage contemporary high fashion brand, deeply rooted by the Transylvanian-born designer, Dora Abodi's vision, which is opposing postmodern references with magic mythologic narratives from Transylvania. Transylvania is known for the dramatic scenery and its rich history, longstanding multiculturalism shaping the local folklore and giving birth to fantastic creatures. The main character of ABODI's Transylvanian Mythology is the TWIN UNISUS. Each collection is a new chapter in ABODI's Transylvanian Tales.

ABODI è un brand fondato da Dora Abodi, designer di origine transilvana che traduce il patrimonio della sua terra di origine nella visione del brand, abbinando riferimenti postmoderni a magiche narrazioni mitologiche. La Transilvania è nota per i paesaggi teatrali, la ricca storia e il multiculturalismo che plasmano il folklore locale e danno vita a creature fantastiche: ogni collezione del brand rappresenta un nuovo capitolo dei racconti transilvani, in cui il personaggio principale è la creatura mitologica TWIN UNISUS.



CUKOVY

CUKOVY crafts soft armours for urban wanderers. At the intersection of fashion and function, CUKOVY offers contemporary outerwear with a bold and experimental take on practical design. With the puffers' exchangeable elements they invite consumers to play. Focused on high-quality puffer jackets filled with premium goose down, each jacket is made in Hungary, supporting local craftsmen.

Il brand CUKOVY crea morbide armature per esploratori urbani. A metà tra moda e funzionalità, CUKOVY offre capispalla contemporanei con un design pratico, audace e sperimentale, mantenendo uno spirito giocoso grazie agli elementi intercambiabili dei piumini. Il brand, impegnato a creare piumini di alta qualità con piuma d'oca premium, progetta e realizza ogni giacca in Ungheria, sostenendo gli artigiani locali.



KATA SZEGEDI

The Budapest based label's vision contains innovative design for a curious individual who is self-assured and proud of their individual image, who values the expression of originality in their day-to-day life. The love for contrasts is reflected throughout every single piece. Inspiration drawn from art, youth culture and urban lifestyle is mixed with an emphasis on tailoring and custom developed fabrics.

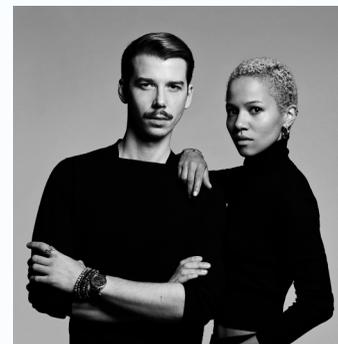
La visione del brand, che ha come sede Budapest, è basata su un design innovativo dedicato a persone sicure di sé, orgogliose della propria immagine e che apprezzano l'originalità nella vita quotidiana. L'amore per i contrasti si riflette in ogni singolo capo. L'ispirazione all'arte contemporanea, alla cultura giovanile e allo stile di vita urbano è combinata con la sartorialità e con l'uso di tessuti personalizzati.



THEFOUR

THEFOUR stands for Thoughtful, Effortless, Outspoken, Rebel in the expanding universe of clothing design. The brand's designers, Anett and Marton come from different backgrounds, but have a multicultural vision. Their creation, being a reflection on today's perplexing reality, carries empowering visual messages – while neat shapes keep the sophisticated pieces of the label easily adaptable. Il nome del brand THEFOUR fa riferimento ai termini Thoughtful, Effortless, Outspoken and Rebel, portando questi concetti nell'universo dell'abbigliamento. I designer del brand, Anett e Marton, provengono da background differenti, ma li unisce una visione multiculturale. Le loro creazioni, le cui forme pulite rendono capi sofisticati facilmente versatili, riflettono la sconcertante realtà odierna portando messaggi visivi volti all'empowerment.

Il nome del brand THEFOUR fa riferimento ai termini Thoughtful, Effortless, Outspoken and Rebel, portando questi concetti nell'universo dell'abbigliamento. I designer del brand, Anett e Marton, provengono da background differenti, ma li unisce una visione multiculturale. Le loro creazioni, le cui forme pulite rendono capi sofisticati facilmente versatili, riflettono la sconcertante realtà odierna portando messaggi visivi volti all'empowerment.



UNREALINDUSTRY

[UNREAL] Fashion fiction

Premium streetwear from head to toe and in your pocket [U]

Look behind the curtains.

[UNREAL] is in the details.

The brand's vision is to create a global brand expressing the [UNREAL] ideology. The designers want to bend the rules of conventions through a unique mindset and a constantly extending incredible mosaic universe built by the members of their Society, and by their talented and forward-thinking team.

[UNREAL] Fashion fiction

Premium streetwear from head to toe and in your pocket [U]

Look behind the curtains.

[UNREAL] is in the details.

L'obiettivo del brand è quello di creare un marchio globale che esprima un'ideologia [UNREAL]. I designer vogliono rompere le convenzioni grazie a una mentalità originale e a un incredibile universo a mosaico in continua espansione costruito dai membri della loro società e dal loro team lungimirante e di talento.



PINETIME

Pinetime Clothing is an upcoming technical streetwear brand founded in 2010, in Budapest. The concept of the brand, founded by a group of enthusiastic surfers and snowboarders, revolves around the love of nature and the deep roots in boardsports. The purpose is to bridge the gap between street fashion and classic outerwear brands by creating long-lasting evergreen products with the main focus on upperwear.

Pinetime Clothing è un brand di streetwear tecnico fondato nel 2010 a Budapest. Il concept del brand, fondato da un gruppo di entusiasti appassionati di surf e snowboard, ruota intorno all'amore per la natura e al profondo legame con gli sport da tavola. L'obiettivo è quello di colmare il divario tra la moda di strada e i classici marchi di abbigliamento creando prodotti evergreen e durevoli, con particolare attenzione all'upperwear.

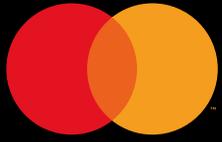


ZSIGMOND

ZSIGMOND's mission is to preserve rural heritage while revitalising pre-fast fashion garment making in contemporary menswear. Every piece from the brand is produced locally and ethically in Hungary following a sustainable production cycle. Now sold across the globe, ZSIGMOND merges innovation with heritage techniques and decades-old fabrics with an output that is dark and raw in style and entirely unique in execution.

La missione di ZSIGMOND è preservare il patrimonio rurale riattualizzando l'abito maschile dell'epoca pre-fast fashion nell'abbigliamento maschile contemporaneo. Ogni capo è prodotto localmente ed eticamente in Ungheria, seguendo un ciclo di produzione sostenibile. Venduto ora in tutto il mondo, ZSIGMOND fonde l'innovazione con tecniche artigianali e tessuti antichi per un risultato che è grezzo nello stile e unico nell'esecuzione.





MILANO
FASHION
WEEK

official sponsor

Scoprire il tuo lato creativo.

Priceless[®]

Mastercard, proud sponsor of Milano Fashion Week.
Proud sponsor of what's *Priceless*[®] to you.



MFF

Magazine For Fashion

IL MAGAZINE CHE RACCONTA LA MODA IN DIRETTA

Focus, approfondimenti e reportage che interpretano i trend e i fenomeni di costume. Pensato principalmente per i professionisti dello stile, della produzione e della distribuzione, il magazine propone le classifiche con le migliori collezioni, le pagelle dei buyer e i volti dei personaggi che contano

SFOGLIA LA DIGITAL EDITION



SU MOBILE, TABLET E PC

Scarica l'app MFFashion oppure accedi al sito www.classabbonamenti.com/mff

Classeditori



♥ scalapay

**Regala ai tuoi clienti il tempo
di pagare le cose che amano
con Scalapay**

Scelti da 5.000 brand
e da oltre 3.5 milioni
di consumatori

Scarica l'app

**If you love it,
scalapay it**

