



Spenti i bracieri dei **Giochi Olimpici Invernali 2026** a Milano e Cortina il 22 febbraio 2026, Milano si troverà ancora al centro dell'attenzione internazionale, pronta ad ospitare, dal 24 febbraio al 2 marzo la **Milano Fashion Week** dove verranno presentate le **collezioni Autunno/Inverno 2026-2027**. La campagna pubblicitaria dell'edizione di febbraio di MFW, scattata dal fotografo **Filippo Tarentini**, con lo styling di Sofia Brini e il supporto di Stilema Studio per il set design, ci mantiene però nel clima dei Giochi Olimpici. Anche per questa edizione, nella campagna sono stati coinvolti brand della nuova generazione, evidenziando ancora una volta l'attenzione di Camera della Moda alla promozione dei giovani: Cavia, Dennj, Durazzi Milano, Francesco Murano, Giuseppe Buccinnà, Giuseppe Di Morabito, Institution by Galib Gassanoff, Lessico Familiare, Marco Rambaldi, Moja Rowa.

"La Milano Fashion Week® Women's Collection di febbraio 2026 racconta una fase di grande rinnovamento creativo, segnata da debutti, nuovi brand e importanti cambiamenti nelle direzioni artistiche, confermando il ruolo centrale di Milano come piattaforma internazionale della moda. È un'edizione che, inserendosi a fianco dei Giochi Olimpici di Milano Cortina 2026, mette in relazione moda, cultura e dialogo internazionale, rafforzando il ruolo di Milano come città capace di accogliere e interpretare il cambiamento. La Fashion Week si conferma così uno spazio di visibilità e di confronto, in cui la nuova generazione di designer e i marchi affermati trovano un contesto dinamico, capace di valorizzare il dialogo con realtà globali e offrire visibilità ai talenti emergenti." - Così **Carlo Capasa, Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana**, ha sintetizzato l'importanza di questa edizione di febbraio 2026.

Milano Fashion Week donna Autunno/Inverno 2026-27 si comporrà di 184 appuntamenti complessivi: 54 sfilate fisiche e 8 digitali, 72 presentazioni di cui 9 presentazioni su



appuntamento e 36 eventi. Balza agli occhi immediatamente la diminuzione delle sfilate e l'aumento delle presentazioni, segno di tentativi per trovare il modo più efficace di comunicazione da parte dei Marchi: valga come esempio Alberta Ferretti ha scelto la presentazione al posto della sfilata.

A catturare l'attenzione di questa stagione saranno le prove, veri debutti, di nuovi direttori creativi. Primo tra tutti **Demna Gvasalia per Gucci**: dopo il peculiare esordio di settembre 2025, quando ha presentato la sua prima collezione durante un evento chiuso al pubblico preceduto dall'esposizione di una galleria fotografica degli abiti su web, sfilerà in presenza; oltre la sfilata in calendario, vedremo se la creatività di Demma ci riserva ancora una sorpresa, dal momento che ha previsto un evento privato con esibizioni dal vivo. Altro grande debutto quello di **Maria Grazia Chiuri** da Fendi, ci aspettiamo la sua lettura dell'heritage dello storico brand romano e quali novità vorrà portare. Grande attesa anche per l'esordio di **Silvana Armani** che con Leo Dell'Orco firmerà le sfilate di Emporio Armani (uomo donna) e Giorgio Armani, responsabili rispettivamente Silvana Armani della linea donna e Dell'Orco della linea uomo. Infine **Meryll Rogge** debutta da Marni, sarà interessante seguire cosa potrà apportare di nuovo che possa essere utile al brand per recuperare mercato.

Sotto i riflettori saranno anche le seconde prove di **Louise Trotter da Bottega Veneta e Simone Bellotti da Jil Sander**. Tra gli assenti **Versace** che ha appena nominato **Pieter Mulier** direttore creativo con incarico ufficiale a partire dal 1° luglio 2026 al posto di Dario Vitale durato pochi mesi. **Ann Demeulemeester** sarà infine presente per la prima volta nel calendario milanese; inoltre il 26 febbraio Milano inaugurerà la sua prima boutique in via Montenapoleone.



Il calendario definito da Camera della Moda si apre con **Diesel** con una sfilata donna/uomo; nei giorni successivi seguiremo l'alternarsi dei nomi più significativi come **Prada**, **Moschino**, **Dolce&Gabbana**, **Ferragamo**, **Max Mara**, **Etro**, **Jil Sander**, **Laura Biagiotti** e via dicendo. Ritornano in calendario sfilate: **ACT N°1**, **Fila** e **GCDS** che festeggerà quest'anno il decimo anniversario con una festa post sfilata. Presenti per la prima volta in calendario, e così Milano rafforza il ruolo di promotore per le nuove generazioni di designer, brand più giovani come **Florania**, **Casa Preti**, **Max Zara Sterck**, **Simon Cracker**, **Tell The Truth** e **Venerdì Pomeriggio**. A questo proposito **Carlo Capesa** ha dichiarato: «*La Fashion Week si conferma così uno spazio di visibilità e di confronto, in cui la nuova generazione di designer e i marchi affermati trovano un contesto dinamico, capace di valorizzare il dialogo con realtà globali e offrire visibilità ai talenti emergenti*»,

Sempre centrale il ruolo del **Fashion Hub di Camera Nazionale della Moda Italiana**, che per questa edizione si sposta a **Palazzo Morando in via Sant'Andrea** e che ospiterà i progetti **“Future Threads: Italy’s New Wave”** e **“New Gen, New Ethos”**, due percorsi che raccontano una moda più consapevole, sperimentale e attenta ai temi di artigianalità, inclusione e sostenibilità. **“Future Threads: Italy’s New Wave”** è una mostra che esplora i creativi italiani d'avanguardia che stanno ridefinendo l'essenza del Made in Italy. Il progetto presenta a ogni edizione nuovi designer e artigiani che fondendo tradizione, innovazione e responsabilità, stanno tracciando un futuro audace per la moda. **“New Gen, New Ethos”**, il progetto mette in luce una nuova generazione di creativi che sta ridefinendo i valori del design, della moda e della cultura. Con radici nella responsabilità, nell'inclusività e nell'innovazione, questa nuova generazione è determinata nel creare un impatto positivo con le proprie creazioni.

Il 24 febbraio verrà inaugurato il nuovo progetto **“NEXT ON AIR: A brand selection**



curated by Rinascente and CNMI”, nato dalla collaborazione tra CNMI e Rinascente Milano Piazza Duomo. Il progetto vedrà 11 brand della nuova generazione esposti presso l’Air Snake Space fino al 9 marzo 2026.

Tornano i due progetti internazionali. **“Soul Threads: Voices of Seoul”** è la terza edizione di **“Voices of Seoul”**, il progetto che ha l’obiettivo di promuovere alcuni brand coreani appositamente convocati e di offrire loro l’opportunità di valutare il potenziale del mercato italiano. A questo scopo, è stata coinvolta per la prima volta la prestigiosa **Boutique Antonioli**, che permetterà ai brand di presentare le collezioni FW 26/27 all’interno di un pop-up dedicato e di vendere le collezioni SS 26. La seconda edizione di **“Communities at Work”**, promossa da **AFRO FASHION ASSOCIATION** presenterà un format nuovo. L’appuntamento nasce come un ambiente di dialogo, scambio e co-creazione, con l’obiettivo di facilitare connessioni significative, ampliare le possibilità di accesso al settore e trasformare le relazioni professionali in occasioni concrete di crescita.

Durante questa **Milano Fashion Week® Camera Moda Fashion Trust** collaborerà con **The Core**, il club newyorkese tra i più esclusivi al mondo che ha aperto la sua seconda sede nel capoluogo lombardo,

che il 25 e il 28 febbraio, ospiterà nel proprio lounge le presentazioni di MOJA ROWA e SAMAN LOIRA, finalisti dell’iniziativa **Camera Moda Fashion Trust Grant 2025**.

Tra gli eventi, martedì 24 febbraio si terrà presso Fondazione Sozzani la presentazione del documentario **“Paving The Way - Franca’s Legacy”**, un tributo che racconterà come Franca Sozzani sia diventata una mentore per designer e creatori d’immagini in tutto il mondo. Da mercoledì 25 a venerdì 27 febbraio si terranno presso Fondazione Sozzani una serie di proiezioni aperte al pubblico su prenotazione.