MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXVII n. 208 Direttore ed editore Paolo Panerai - Direttore Stefano Roncat

23.10.25

MF fashion

MFGS 2025

Il lusso cerca strade nuove

Chi uscirà vincitore da quest'anno di crisi? Dal prossimo step di Armani alla rivoluzione della fashion industry, il summit di Class Editori chiude i suoi lavori con focus sul futuro. «Sul Made in Italy intervenga Giorgia Meloni», auspica Renzo Rosso. «Gruppi come Cucinelli o Prada hanno tenuto il loro Dna ai tempi del massimalismo e ora ne colgono i frutti», considera Bizzarri

Chi uscirà vincitore dalla crisi del 2024-25? Dai nuovi assetti di Kering, Armani e Versace ai dazi, dai conflitti globali alla Cina in stallo e alla filiera da difendere. Sono solo alcuni dei temi che agitano un'industria del lusso alle prese con la sua più grande trasformazione da vent'anni. Una metamorfosi al centro di The Luxury Arena, titolo scelto per il MFGS-Milano Fashion Global Summit 2025 firmato Class Editori. Un'arena, appunto, dove i big del fashion si sono confrontati sul nuovo equilibrio tra economia, strategia e creatività, in un sistema sempre più esigente e selettivo. *MFF* ha raccolto lo spirito del momento, traducendo il dibattito in una riflessione più ampia sul futuro del Made in Italy, della leadership creativa e dei nuovi modelli industriali. A partire da un punto fermo: la filiera italiana come asset da proteggere. Un valore ribadito anche dal ministro Adolfo Urso, che in una lettera aperta ha rilanciato il piano per garantire l'integrità e la tracciabilità del sistema produttivo nazionale. Ma chi guiderà la nuova era del lusso? Marco Bizzarri, ex ceo di Gucci e oggi fondatore della holding Nessifashion, traccia le linee del cambiamento: «Alla fine di ogni periodo di crisi c'è sempre stata un'evoluzione del settore moda.

continua a pag. II

MF fashion

I NUOVI SCENARI DELLA MODA

Un numero da collezione per raccontare l'evoluzione del Made in Italy nella nuova fashion arena globale. Sostenibilità, creatività, filiera e formazione ridisegnano le regole del lusso. In più, la classifica esclusiva di MF Fashion con i 20 top player della produzione e le 25 realtà italiane che stanno lasciando il segno nel fashion internazionale

In edicola con

Acquista subito qui la tua copia

Debutti

ICE PORTA A NEW YORK L'EVENTO THE ART OF SCENT

Lo showcase organizzato con Excence ha fatto da ponte tra il mercato Usa e 20 maison italiane innovative di fragranze

Ice agenzia, assieme a **Excence - The art perfumery event**, manifestazione parte di **BolognaFiere Cosmoprof,** ha portato a New York le fragranze Made in Italy con la 1ª edizione dell'evento The art of scent. Un debutto che è andato in scena al One world trade center, trasformato in galleria multisensoriale tra installazioni, panel e sessioni di networking. Oltre 20 tra le più innovative maison di profumeria italiane hanno svelato le loro creazioni a un pubblico composto da compratori beauty, stampa e influencer. «Collaboriamo da anni con Esxence in Italia, unendo professionisti dei due Paesi, poiché gli Usa sono uno dei mercati più importanti per cosmetici e profumi», ha dichiarato **Alessio Nanni**, responsabile divisione moda e bellezza di Ice. «Abbiamo creato lo showcase per rafforzare questa relazione, dando spazio alle aziende pronte ad approcciare il mercato». Numerosi i marchi coinvolti, tra cui **Acqua dell'Elba**, **Les folies du parfum** e **Xerjoff**, per cui l'evento ha fatto un volano per il lancio di anteprime esclusive rivolte agli Usa. «Il profumo su misura è la nuova cultura per i giovani. New York è il posto giusto dove essere, ma la mia visione è globale e aperta alle contaminazioni», ha affermato **Maurizio Cavezzali**, presidente di Esxence. (riproduzione riservata)

Un momento di The art of scent

Giada Cardo