

MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXVII n. 123 Direttore ed editore Paolo Panerai - Direttore Stefano Roncato

25.06.25

MF fashion

A Milano vince il nuovo soft menswear

Secondo l'inchiesta di **MF** tra i compratori, Dolce&Gabbana, con Prada, Giorgio Armani e Dunhill, sono i best show. Highlight anche le presentazioni di Brioni, Cucinelli e Tod's. Tra i più giovani spiccano Our Legacy, Pdf, Setchu, Mordecai e Umit Benan. Emerge un uomo ricercato che sceglie il comfort

Anche questa volta Milano ha piacevolmente sorpreso i buyer intervistati da **MF**, che promuovono la fashion week dedicata al menswear per la primavera-estate 2026. A fronte di un minor numero di show, tra chi sta cambiando il designer, chi ha sfilato altrove o chi ha optato per lo show co-ed, il calendario ha offerto numerose presentazioni ed eventi che hanno comunque arricchito la kermesse. Best show Dolce&Gabbana, Prada, Giorgio Armani, Dunhill, Paul Smith ed Emporio Armani, mentre tra i più giovani spiccano Our Legacy, Setchu, Pdf e Mordecai, oltre a Umit Benan. Sul fronte presentazioni, Brioni, Brunello Cucinelli, Tod's e Ralph Lauren purple label. Protagonista l'eccellenza del Made in Italy, per un uomo chic e ricercato che non rinuncia più a comfort e lifestyle. «Una Milano vivace e dinamica, con un fitto programma tra sfilate, presentazioni e visite guidate agli showroom, ricco di spunti interessanti per la nuova stagione menswear. Forte il focus sulla manifattura d'eccellenza, con Santoni, Brioni, Montblanc e Church's che hanno mostrato i loro skill specialistici. La qualità artigianale resta centrale per i clienti. Best collection, Dolce&Gabbana e il suo pigliama party, Ralph Lauren purple label, Brioni, Dunhill, Brunello Cucinelli e Church's. Tra i nuovi talenti, Umit Benan. In molti hanno puntato sul concetto di set dressing. Ampia la proposta di giacche, tra modelli morbidi sartoriali, sport jacket convertibili, shirt e zip jacket, tutte con pantaloni coordinati.

continua a pag. 11



IN FOTOGRAFIA: GIOVANNI RUSSO/ARTISTBYRENE.COM



segue da pag. 1

Nel tailoring, protagonista la giacca doppiopetto in chiave disinvolta. Richiami allo sportswear con collezioni ispirate al tennis. Dominano i loafer confortevoli», dice **Bruce Pask**, senior director men's fashion di **Saks fifth avenue** e **Neiman Marcus**. «Con diversi player chiave assenti, la fashion week si è basata principalmente sulle presentazioni. È emersa una rinnovata attenzione alla raffinatezza sartoriale, ai tessuti tecnici e al lifestyle. L'Italia si conferma protagonista nel coniugare eleganza, innovazione nei materiali e attenzione alle esigenze di una clientela raffinata e adulta. Best collection, Brioni, Dunhill e **Dolce&Gabbana**. Le collezioni hanno spesso parlato un linguaggio comune giocato su colori neutri e naturali, relaxed tailoring, completi coordinati, tessuti leggerissimi e raffinati jogging set», spiega **Simon Longland**, director of buying fashion di **Harrods**. «Questa stagione è sembrata un reset. Un invito per gli uomini a vestirsi con più libertà, emozione e disinvoltura. La tendenza è allontanarsi dalla sartoria tradizionale e abbracciare il tempo libero, che si tratti di pigiama, look sportivi o abbigliamento da resort per una fuga romantica. Best collection Ralph Lauren purple label, Brioni e **Our legacy**. Sul fronte accessori **Tod's**, **Prada** e Brunello Cucinelli. Fra i nuovi talenti, Umit Benan. Must-have, la felpa Angry fan mail di Our legacy e il pigiama a righe di Dolce&Gabbana. In tema di budget, affrontiamo la stagione con cauto ottimismo, pianificando una crescita misurata», dice **Sophie Jordan**, menswear buying director di **Mytheresa**. «Si è percepita una Milano più ristretta. Non ci sono stati molti show, ma quelli presenti sono stati significativi. Un passo avanti per **Pdf**: il debutto in passerella di **Stefon Diggs** ha posto il brand sotto i riflettori globali. Our legacy, fuori calendario, ma probabilmente la più chiacchierata. Best collection anche Prada. Bella la sartorialità

tecnica di **Setchu** e quella strong di Umit Benan. In primo piano, i trattamenti dei tessuti, come finiture lavate, giochi di texture ed effetti off-dye che danno un tocco di originalità senza compromettere la vestibilità, il soft tailoring, lo utility specifico e le tonalità della terra», spiega **Chris Mcilroy**, head of menswear buying di **Harvey Nichols**. «Una stagione sobria, condizionata dall'assenza di maison storiche come **Gucci**, **Fendi**, **Zegna**, che si riflette anche sulla presenza di stilisti emergenti. Best show Dolce&Gabbana e tra i più giovani **Pronounce**. Abbiamo visto, tanti colori pop e pastello e proposte piuttosto leggere, con molto lino, popeline di cotone, tessuti trasparenti, seta e organza. Tante righe e alcune stampe animalier, come nella scorsa stagione», dice **Raphaël Deray**, buying manager for men's luxury & designers di **Printemps**. «Il calendario è stato più leggero del solito, con l'assenza di Zegna, che ha sfilato a Dubai, e di diversi brand che propongono sfilate co-ed. Milano comunque resta un importante barometro per i trend. Presenti nomi di spicco come Prada, Dolce&Gabbana, Brunello Cucinelli. Un highlight Brioni, con un'interpretazione più soft e rilassata del formalwear. Con lo show di Dunhill, allestito in uno splendido giardino, un'interpretazione più britannica della sartorialità soft. Brunello Cucinelli resta un momento clou. Nuove silhouette, come giacche dalla linea più lunga e pantaloni più morbidi, ma sempre all'insegna della mascolinità senza tempo del brand. Setchu, con il debutto milanese prosegue il suo trend positivo», spiega **Daniel Todd**, buying director di **Mr Porter**. «Seppur concentrata, questa settimana ci ha dato la possibilità di intercettare molto bene i key trend. Abbiamo respirato positività e tanta concretezza nelle proposte dei vari designer. Best collection Dolce&Gabbana, Prada, **Vivienne Westwood**, Brunello Cucinelli, **Etro**, **Tod's** e **Giorgio Armani**. Per la prossima stagione calda, continua il formale rilassato con la massima espressione nel pigiama di Dolce&Gabbana e nei look di



Giorgio Armani. Si aggiunge una nuova proposta sportiva, bella la tracksuit in acetato di Prada», dice **Andrea Boneco**, head of buying women-swear, menswear, kids di **Rinascenza**. «Il presente è talmente difficile che le collezioni uomo parlano un linguaggio più semplice e rassicurante. Prada speciale, armoniosa, funzionale, libera, lascia spazio alla propria energia creativa, ancora più interessante la collezione vista in showroom. Dolce&Gabbana, uno show forte che ridefinisce l'eleganza maschile con look lussuosi ma rilassati, trasformando il pigiama in un simbolo di modernità e stile. **Paul Smith**, un uomo intelligente, simpatico, ironico, disinvolto, propone un'eleganza vissuta, con tanti ricordi personali. Giorgio Armani, collezione elegante, sofisticata che fa della leggerezza il suo punto di forza. Un augurio al grande maestro», spiega **Beppe Angiolini**, owner di **Sugar**. «Tanti happening nonostante il calendario concentrato. Prada molto bella per creatività, forme, lunghezza e colori. Dolce&Gabbana, un'immagine fresca, interpretata da capi relaxed ma con un tocco in più per un uomo un uomo chic e luxury. **Emporio Armani** con splendidi colori naturali, un'eleganza senza tempo. Positivo il ritorno di Umit Benan, che conferma i codici del suo dna. Tra i giovani, **Mordecai**, che continua la sua ascesa», dice **Gabriele Pancheri**, head of buying di **G&B group** con 40 store tra Italia e Baleari. «Milano conferma la sua centralità,

bilanciando heritage e ricerca. Nonostante un calendario meno affollato, la qualità e l'energia non sono mancate. Prada rigorosa ma poetica, in perfetto equilibrio tra classicismo e sperimentazione. **C.P. company** ha reinterpretato ancora una volta l'utility in chiave urbana. Da tenere d'occhio, **Simon Cracker**, con il suo discorso unico su decostruzione e riuso, sempre con intelligenza estetica. Fra i trend, la funzionalità tecnica e urbana, dai materiali performanti alle silhouette ibride. Must-have i bermuda over o più asciutti, sempre più presenti anche in look cittadini o formali», spiegano **Alessandro Locati** e **Roberto Grassi** di **Plas consulting**, che gestisce il buying di oltre 40 insegne multibrand in Italia ed Europa. «Milano dà il meglio di sé malgrado la ridotta fashion week, molte le presentazioni e meno sfilate in cui spiccano alcuni nomi da tenere d'occhio. Divertente e fresca Dolce&Gabbana che sfila al **Metropol** anche outdoor. Sofisticata e mai scontata Emporio Armani. Ironica e colorata Paul Smith. Essenziale e giovane Prada. Una certezza di stile Giorgio Armani. Dunhill super chic. Best presentation, Umit Benan, Kiton, Mordecai e **Sease**. Tra i new name, Setchu, Pdf e **Andreas Kronthaler** per Vivienne Westwood. Per la prossima estate, un pigiama a righe come abito, una ginnica dalla suola flat, uno zaino portato a mano», conclude **Tiberio Pelleggrinelli**, buying consultant per multibrand. Adesso i riflettori si accendono su Parigi. (riproduzione riservata)

Elisabetta Campana





Da sinistra, un look Prada e una proposta Dunhill



ok Prada e una proposta Dunhill