

A CURA DI FABIANA GIACOMOTTI - DIRETTORE CLAUDIO CERASO

GIOVEDÌ 2 MARZO 2023

Ogni primo giovedì del mese, le mode analizzate e raccontate da chi le fa, le studia, le critica, le interpreta, le difende, le mitifica, le trova anche solo interessanti. Un solo tema, ma molte persone, infatti, perché è dalle combinazioni inusitate che nascono le idee

PRIMA FILA

Forme multiple nella discontinuità dello spazio

DI MARIO DE SIMONE*

Settembre 2006. L'institute for the Future (Palo Alto), lancia Superstudio, un gioco on line che simula scenari per il futuro. Uno degli scenari riguardava l'impatto di una malattia pandemica chiamata Respiratory Distress Syndrome, sindrome molto simile al Covid, con dodici anni di anticipo. In una simulazione, il Governo limitava gli assembramenti a un massimo di dieci persone, portando i musei perfettamente a immaginare modalità alternative di fruizione, costituite da visite per piccoli gruppi e dall'incremento delle attività on line. Quando il futuro arrivò fu peggiore del gioco, e queste soluzioni divennero familiari. **25 febbraio 2006** a Los Angeles, alla cerimonia del Grammy Awards, il vestito di Jennifer Lopez (un jingle dress Vietnamite) catalizzò l'attenzione di tutti i rivoltini Internet. L'anno successivo, di ricerca su Google fece capire ai vertici dell'azienda che la risposta testuale non bastava più, e nel 2021 nacque Google Immagini. Il pubblico era su Internet, e chiedeva immagini, non solo testi. **Maggio 1971** in una delle rare uscite notturne della sua salita, Marcel Proust si reca al Jeu de Paume per vedere la Veduta di Joffe di Vermeer esposta alla Esposizione l'Esposizione. La visita generò una delle pagine più belle della Recherche (la morte di Bergotte) e, per quel che ci riguarda, un celebre avvertimento di Francis Haskell sui rischi di mostre non correttamente motivate. Si dice che partiamo da lontano, e da fatti molto diversi fra loro. Tuttavia, è intrecciando le riflessioni e gli episodi come questi, e su quelli che stanno accadendo e accadranno, che si arriva a comprendere, e a possibilmente a guidare, i mutamenti di questi anni nei campi degli eventi culturali. Il primo insegnamento (Superstudio) è che i tempi non esistono, ma non sono così imprevedibili. Il gioco del 2006 mi aveva sorpreso. E quando le Scienze del Quirinale dovettero affrontare l'apoteosi dei drammatici giorni del lockdown avendo appena inaugurato la grande mostra di Raffaello (marzo 2020), con Matteo Lafranconi, pensammo immediatamente a come assicurare la permanenza della mostra nonostante tutto. Quando potevamo riaprire, le modalità di quella che il Financial Times chiamò Raffaello Redux furono osservate in tutto il mondo. Il secondo insegnamento (il vestito di JLo) è che il pubblico va incentivato dove si trova, e oggi si trova on line. Il digital engagement costituisce la nuova normalità per le istituzioni culturali. Negli USA, le ricerche di Jasper Experiencer mostrano una sorprendente crescita nella propensione all'uso on line da parte dei frequentatori di istituti culturali, rispetto ai dati pre-pandemia, con una preferenza per Instagram e social media. Anche le istituzioni culturali devono incontrare il pubblico dove questo si trova, mille piattaforme rilevanti per frequentazione e contenuti, piuttosto che rivolgersi genericamente a esso con tentativi di persuasione ormai vanti e inefficaci. L'ultima lezione (la morte di Bergotte) è la più importante. Ventisei da ventisei anni di vita mobile, con mostre superconoscite e super impegnative in termini di profitti. Sempre di più, oggi vanno pensati progetti consistenti e creativi, perché il pubblico è consapevole che il momento di affrontare anche i temi difficili, che perfino alla riflessione. La mostra Joffe, di Jean Clair, non ha avuto paura di indagare il male dentro di noi e la sua persistenza. La risposta del pubblico, in un periodo ancora segnato dalla pandemia, è stata impressionante. Il futuro sta in una rimossa fedeltà alle ragioni del far mostre, eventi in cui inaspettati modi di pensare e di presentazione delle opere incontrano, felicemente e virtualmente, il pubblico più vasto.

* Presidente e Amministratore delegato Alos S.p.A. Scienze del Quirinale

Un numero sul backstage delle settimane della moda

INSTAGRAM SHOW

Le scenografie, il set, gli ospiti contano ormai quanto la collezione. Un giro di centinaia di milioni per venti minuti di sfilata in cui tutto deve "essere postabile e memorabile", come spiega Etienne Russo, il più importante creatore mondiale di eventi, che da poco ha scelto di vivere a Milano. "Un brand deve stamparsi nella testa di chi lo guarda". E al contempo evitare accuse di footprint in-sostenibili. Spendendo quasi altrettanto per tentare di neutralizzare l'impatto ambientale mostruoso



Il surrealismo nella femmine di Jovanovic. Nella meraviglia fra gli ospiti della sfilata Dior autunno inverno 2023-2024 a Parigi per l'addormentamento, un'opera favolosa a tecnica mista, con fili e tessuti in buona parte di recupero, dell'atelier dell'artista portoghese, già celebrata alla Biennale di Venezia del 2005, dove presentò la sua installazione di denuncia della condizione femminile ("the bride") e a cui il Guggenheim di Bilbao ha dedicato una retrospettiva nel 2018. Per Dior, chiamata su consiglio di Natalia Vodianova, moglie di Antoine Arnault, ha creato un'opera, "Vikky miss Dior" ispirata a Catherine Dior, sorella di Christian, membro della Resistenza francese, e realizzata incorporando tessuti floreali ispirati agli archivi della Maison. In basso, un momento dell'evento Moncler Genius a Londra, febbraio 2023

DI FABIANA GIACOMOTTI

È un mercoledì mattina di metà febbraio, nel Biennale di Venezia appena ricominciata da Londra, da dove ha ricominciato le operazioni - per il tipo di coordinamento richiesto, il qualificatore "paramilitari" è quello adatto - dell'evento di Moncler Genius, progetto di collaborazione fra creativi diversi che in questi ultimi tempi si è fatto interdisciplinare, aggiungendo alla moda esplorazioni nel design, nell'arte, nella scienza: diciemila persone presenti, musica live e in scena le auto del futuro, oltre a installazioni, robot, pop show (sottotitolo anche l'amore è una forma d'arte) e un laboratorio di asco brande sensori delle vibrazioni delle piante, un ragnetto del tutto invisibile dal vecchio mano, che è stato forse il più frequentato, comunque il più interessante, insieme con lo spettacolo live di interazione musicale fra le voci partecipanti guidato da Mike Dean. Il leggendario producer di Jay Z, per la sua Moncler's the Nation. "Mi colpiva scoprire come le piante reagiscono a musica di natura diversa, crescendo e sviluppandosi per esempio con la musica classica e reggione invece fino alla loro sopravvivenza se esposte a musica hard rock", racconta Russo, nella galleria di religiosi stituiti paludosa nera, ecco eccitriche che spesso rivista ha stesso - che brende distinguibile anche fra gli eccentrici veri della moda, sotto lo sguardo feroce e vago di un grande struzzo che ci osserva da una menzola della sfilata risona. "Tassidemia antichissima, ma ho pensato a lungo se esporlo e osare". La sensibilità del pubblico è cambiata, il pianeta ha parecchio colto nella vita, l'inquinamento prodotto dalla moda a

volte "ventre d'ite egiziane", recuperando anche il legno usato rifilando i tessuti con una ang. "Lo spirito colonialista di un tempo non sarebbe più tollerabile oggi il creare collaborazioni con società locali, si aprono adattare le produzioni, come ha fatto Chanel a Pakar. Devi portare nel paese che ti ospiti più di quanto prendi". L'unico che qui parla di ponti in Africa, del sostegno alle comunità svantaggiate, dei regali natalizi famosi ai clienti sofferiti da donazioni per le cure mediche ai bambini in Africa è lo stesso che nemmeno dieci anni fa, era il 2017, piazza una versione molto credibile di astronauta al centro del Grand Palais per una delle ultime sfilate Chanel firmate da Karl Lagerfeld. Ma se la coscienza della moda, o almeno la sua rappresentazione, sono cambiate, è molto probabile che tentare di neutralizzare l'impatto ambientale mostruoso di queste kermesse che durano venti

minuti al massimo e coinvolgono fino a mille persone per il solo allestimento e la diffusione costi quanto le stesse. L'aspetto incredibile della questione è come gli stessi ragazzi che battono di sostenibilità e sfiano in piazza contro i governi che "non fanno abbastanza", tentino poi con ogni mezzo di accartarsi a queste produzioni famose per ponti a non il che dell'attore del momento e riportano persone come, "di cui l'ottantacinque per cento donne", qualche migliaio di "collaboratori indipendenti" sparsi nel mondo e può permettersi di selezionare i clienti per l'interesse che gli suscitano le loro idee. Non tutti si chiamano Chanel, Dior, Hermès, Miu Miu o Moncler. Ha sostenuto quello che è forse il mio tremiladue show e che ricordo con entusiasmo la sfilata di Pirelli sulla Grande Margita, Clouse, un freddo e un vento da morire, ma anche la serata caldissima in cui

Luca Vittoni allietò il bacino di caraggio del porto di Auckland con una foresta tropicale in occasione della Coppa America. Ettore Biondo alla quale circa milioventi sfilate, dalla prima organizzata nel 1994 a Parigi per l'amico e soldato Denis Van Nieuwen, "papa dal panino", come a chiudersi in bagno e ci vola del bello e del buono per farlo uscire, fino a oggi che gestisce un team di oltre centotrenta persone fase, "di cui l'ottantacinque per cento donne", qualche migliaio di "collaboratori indipendenti" sparsi nel mondo e può permettersi di selezionare i clienti per l'interesse che gli suscitano le loro idee. Non tutti si chiamano Chanel, Dior, Hermès, Miu Miu o Moncler. Ha sostenuto quello che è forse il mio tremiladue show e che ricordo con entusiasmo la sfilata di Pirelli sulla Grande Margita, Clouse, un freddo e un vento da morire, ma anche la serata caldissima in cui



segue a pagina 2

Instagram...
(segue dalla prima)

tasse un luogo di scambio culturale, una piattaforma creativa". Tre figlie di età variabile dai dodici ai ventisei anni, da qualche mese Bruno ha preso casa, e aperto ufficio, nel cuore della Milano rinascimentale, a Palazzo Durini di Monza. Fieracita inserita delle lapidi di chi vi ha abitato, creato, scritto (Antonio Canova, generato padri della patria, ha un colonnato come il fasit, ma anche e purtroppo scale ricintate di stucchi. Settanta sulle quali - l'edificio, di origine quattrocentesca, è rivestito - non ha evidentemente potuto metter mano e che all'epoca dell'ultima ristrutturazione doveva aver trovato non pochi addetti complacenti in Comune. Il restano del l'appartamento ha preso undici mesi. L'interno, che in effetti ricorda di struttura, i lambi pendenti dal soffitto, il pavimento a crateri, è arretrato con il gusto di chi ha gusto oggi, cioè mai e affreschi semplicemente consolidati, e feto delirante patinato, pavimenti rifatti secondo disegno originale, arredo di Jean Prouvé, complementi da warden kammer, come per esempio la difesa di famiglia delusi del primo Novecento sul lungo tavolo nero all'ingresso. Quando si arriva alla salita riuniti attipa al suo ufficio, col grande strano a cui si accennava prima, si prova la stessa gratitudine estetica che doveva cogliere chi entrava per la prima volta nell'atelier di Charles Frederick Worth, e come in una prevenzione religiosa, venga guardata fra scie tappezzate di riflette e sale di collettori di ventagli e tabacchiere. Vorrei aver un progetto da affidarsi come le signore che si rivolgevano a Worth aspettavano un cenno del maestro per imporre una mise da ballo simile a quella di Elizabeth de Grouffeu. "In ternet, ma soprattutto le app come Instagram hanno cambiato totalmente il nostro modo di lavorare. Un tempo mi bastava guardare una svergognata, una lace, una disposizione con l'occhio, per essere sicuro del risultato. Adesso guardo i miei allestimenti attraverso lo smar-



Etienne Russo

phone perché deve essere Instagram friendly. Il fatto "punitivo", c'è da dire, non riesce a trattenere tutte le informazioni che ricevo quotidianamente e dalle quali viene sollecitata di continuo. Per questo, dobbiamo andare al di là della bellezza pura, di un'estetica solo armoniosa, per creare immagini forti che rimangano impresse nella memoria di una signora e del suo proprietario. Con l'occhio, dobbiamo incrinare il brand nella sua memoria". La mania per le sfilate digitali di cui tutti veniamo tutti durante il periodo pandemico è finita nell'istante stesso in cui si sono riaperti gli alberghi. "Siamo ormai sociali, il contatto con gli altri, la condivisione del momento, ci è indispensabile". Denzno se la sfilata non trametterà mai. "È un momento che raccoglie l'interesse di un gran numero di persone, in cui ci si vede bene, si è felici di farsi vedere e di guardare. Come potremmo rinunciare a tutto questo per vedere il mondo dietro lo schermo di un computer?". Eppure lo facciamo, in realtà per vent'anni, ma al giorno, osservando meccanicamente il nostro smartphone. "Quelle di oggi e un po' di un'ipotesi, moltiplicare con una stessa vivenza di cultura, modi diversi, al tempo stesso collettivi e personali, di vivere". Rarocato di aver trovato tutto il suo in energia, questo spirito elettrico a Milano, e di trovarsi benissimo i nomi erano siciliani, parla su dicembre libero di "voile assolutamente migliore". Lo stupore su una cosa, e cioè la mediocre qualità dei brand italiani. Impossibile trovare qualcosa meno di standard, o senza, qualcosa di simile alle composizioni spettacolari di Debutante. Quando gli spiego che il rispetto della natura non è mai stato il nostro forte e che il gusto per le composizioni è roba da ricchi, richiede generazioni di affluimento e di cultura, e che noi siamo benestanti da settant'anni, e neanche tutti, non ci credo. Io sono il figlio di Villa Reale, con quel gusto per le e la prova più difficile.

di ANTONIO MANCINELLI

Sono ormai del periodo notturno. Al giorno d'oggi le mode - dopo aver passato le gonne caudine del ending le ore di attesa nella speranza di essere scelta per un lavoro, tra un fitting (la prova di un abito prima di una sfilata) il servizio fotografico, dopo aver studiato il briefing (le istruzioni) in un meeting (una riunione) sul modo in cui lo stilista vuole essere sostituito a un altro sfiloso in - ing. Il rating.

Londra i tempi in cui bastava essere più o meno in maniera naturale - le fortunate vincitrici di una lettera genetica per trasformarsi in "fantoci viventi" (come diceva l'architetto, pensatore e antropologo Bernard Tschumi) ne "Il corpo incompiuto" del 1975, o "giacca umana" (nelle parole della psicoanalista John Carl Flugel, in "The Psychology of Clothes" del 1900). Adesso, come i rilievi in Italia, la facoltà universitaria e qualunque altra cosa o persona passibile di classificazione in stile Trip Advisor "visita in un mondo in cui il successo viene misurato tramite i risultati mediati e ottenuti: maggiore il numero di follower e visualizzazioni, ottente, maggiori le opportunità ricche, anche tanti seguaci a una marcia in più". A parlare è Nabou Thiam, per quelli del settore, semplicemente Nabou - rivelazione delle passerelle italiane, classe 2002, breccia abducente, di origini senegalesi, contesa da miss come Kim, Dole e Gabiana, Louis Vuitton. A parlare è Nabou Thiam, per quelli del settore, semplicemente Nabou - rivelazione delle passerelle italiane, classe 2002, breccia abducente, di origini senegalesi, contesa da miss come Kim, Dole e Gabiana, Louis Vuitton.



Stage diving, le mode della sfilata Sunnei, il brand di Loris Messina e Simone Rizzo, si lasciano cadere sulla foia (preparatissima, professionale) e fa passerella

vestiti che aveva disegnato invece di coperti. Fu il primo a capire che l'abito portato da una modella spesso un po' più di magia rispetto a quello appeso a un manichino. E i cultori della moda vedono e ricordano come il sonabile e sofisticato curatore di moda di moda Olivier Saillard, già direttore del Musée Galliera di Parigi, così nel 2014 una performance andò in scena anche a Palazzo Grassi a Venezia, dal titolo "Models Never Talk". Vi partecipavano indossatrici di fascino eccezionale, come dire del cinema noto: Analia Vairelli, muse di Yves Saint Laurent; Violeta Sanchez, idola di Franco Moschino; Anne Robert, ossessione vista della fotografa Dominique Loeremans. Saillard aveva domandato loro di raccontare un sentimento o un'emozione, nascosti dal corpo vestito mentre lavoravano, anche se in tutti dovevano quasi aprire il punto locale della sfilata dove essere l'abito, non chi lo indossava. Il sociologo francese Jean Baudrillard parlò addirittura di "fantasma di corpo": le mode erano così trovati da sembrare quasi dei fantasmi. Ora invece la voce ce l'hanno e la fanno sentire su Instagram e TikTok, i miliardi che alla moda e al fashionista, e che non sono mai del tutto personali, ma bellissimi e sensuali. Adh Akh, icona di Pier Paolo Pasolini, ha parlato di come combattere la depressione, gli attacchi di panico e perfino forti pensieri suicidi non un momento prima su Instagram. Nabou racconta a "Vanity Fair" dell'ansia

che la divora ma anche una rinomata lotta di classe. La quotazione e l'olocaustismo Nabou Thiam si è sciolta contro i "nepo baby", i figli di celebrità che si trovano la strada spianata grazie alla posizione e le conoscenze dei genitori, lanciando con una story su Instagram una frecciatina a Lily Rose Depp (figlia di Johnny Depp) e Vanessa Paradis. Zoë Kravitz, figlia di Liam Neeson e Lemmy Kilmister, Kaia Gerber, figlia di Cindy Crawford, così come le top model Bella e Gigi Hadid, figlie del magnate Mohamed Hadid, e Lisa Mos, figlia di Kate Moss.

"I social sono una lama a doppio taglio. Se dimostri di andare a fare il medico perché ho un milione di follower, sarebbe corretto? Non penso, anzi, sarebbe un po' di invidia. E se non ci si vuole dedicare all'immagine storica e comune di modella casistica, bionda, alta e magrissima. La cosa che più mi infastidisce non è solo il fatto che nel concreto tutta quella inclusività non esista nella realtà, ma che i brand si nascondano dietro a un fatto perbenismo con la speranza di trovare un pubblico ignorante e di convincerlo della purezza del loro discorso. Nel 2002 ancora abbiamo difficoltà a capire che la moda, così come l'arte, non è una cosa per tutti, ma che richiede dedizione, competenza e delle specifiche". La differenza con un tempo, dunque, c'è o no? "Ogni le ragazze sono diverse, e in generale siamo un numero

appropriato di followers. Abbiamo perso decine di lavori perché i testimoni dei brand sono sempre di più personaggi famosi, di qualsiasi sorta. Ma, per chi si intende di moda, i risultati si vedono". Un episodio particolarmente sgradevole? "In un'occasione ho posato io con una collega per una famosa maison, dove avevo incontrato anche un influencer celeberrimo e, dove dire, bellissima. Purtroppo, però, abbiamo scattato anche la sua parte, facendo la foto, perché il fotografo aveva difficoltà a terminare il lavoro". Sulla multiculturalità, "Tutto questo ostentare inclusione e diversità è uno specchio per le allodole, e quindi un mezzo per farsi pubblicità. Non ho paura a dire che, a mio parere, nella fotografia maggior parte dei casi non ci si vuole dedicare all'immagine storica e comune di modella casistica, bionda, alta e magrissima. La cosa che più mi infastidisce non è solo il fatto che nel concreto tutta quella inclusività non esista nella realtà, ma che i brand si nascondano dietro a un fatto perbenismo con la speranza di trovare un pubblico ignorante e di convincerlo della purezza del loro discorso. Nel 2002 ancora abbiamo difficoltà a capire che la moda, così come l'arte, non è una cosa per tutti, ma che richiede dedizione, competenza e delle specifiche". La differenza con un tempo, dunque, c'è o no? "Ogni le ragazze sono diverse, e in generale siamo un numero

ciò che Instagram propone di questa famiglia", osserva Piero Pizzi, imprenditore, tra i più importanti agenti di mode e talent scout a livello internazionale. Lavora nella moda da oltre quarant'anni, dopo essersi ritirato a sua volta come modello. Dal 2003 guida l'agenzia Women Milano e attualmente ricopre la carica di Presidente di Women Management, oltre ad essere ambassador di To Get There, l'unico italiano che opera a favore del futuro dei bambini. "Fino a pochi anni", aggiunge, "andavano alla melanza e alla biondita degli angeli di Victoria's Secret. In generale, oggi nelle agenzie d'arte dove domine rappresentano un intero universo: mode di colore, orientali, ovesine o diversamente belle", come Winnie Harlow, diventata un modello mondiale per la sua vitilagine. Considero il mio un lavoro essenzialmente politico. Sono stato il primo a volere nella mia squadra una modella transgender, Lea T, e setti mi danno del pazzo". L'ho conosciuta quando era ancora Leandro Medeiros Ceres, e le ho consigliato di non apparire troppo, di non accettare troppi inviti nei cosiddetti salotti televisivi: mi ha ascoltato. Le diso "A me interessa trasferire un valore vero, che premona davvero una causa". Lea avrebbe potuto guadagnare montagne di denaro e di conseguenza anche in, evita. Ma la sua professionalità è rimasta intatta e soprattutto credo di averla aiutata a indurre nel grande fenomeno culturale della fluidità necessaria. La moda è la più potente arma di comunicazione che esista. Però una cosa è il messaggio, un'altra la sua tattica si vedono". Un episodio particolarmente sgradevole? "In un'occasione ho posato io con una collega per una famosa maison, dove avevo incontrato anche un influencer celeberrimo e, dove dire, bellissima. Purtroppo, però, abbiamo scattato anche la sua parte, facendo la foto, perché il fotografo aveva difficoltà a terminare il lavoro". Sulla multiculturalità, "Tutto questo ostentare inclusione e diversità è uno specchio per le allodole, e quindi un mezzo per farsi pubblicità. Non ho paura a dire che, a mio parere, nella fotografia maggior parte dei casi non ci si vuole dedicare all'immagine storica e comune di modella casistica, bionda, alta e magrissima. La cosa che più mi infastidisce non è solo il fatto che nel concreto tutta quella inclusività non esista nella realtà, ma che i brand si nascondano dietro a un fatto perbenismo con la speranza di trovare un pubblico ignorante e di convincerlo della purezza del loro discorso. Nel 2002 ancora abbiamo difficoltà a capire che la moda, così come l'arte, non è una cosa per tutti, ma che richiede dedizione, competenza e delle specifiche". La differenza con un tempo, dunque, c'è o no? "Ogni le ragazze sono diverse, e in generale siamo un numero

Nel "circo della moda" ballano 200 milioni all'anno per la sola città di Milano

di PAGHA BULARDI

Le e fashion week passano ma il resto non resta e sono ottimi. L'ultima da poco conclusa ne ha raggiunti i 200 milioni, come le precedenti, e così anche la scorsa Carlo Capa, presidente della Camera Nazionale della Moda italiana. Abbiamo avuto il 20 per cento in più di visitatori rispetto all'ultima edizione precedente alla pandemia. Un numero importante per la città di Milano tra bolterile, ristoranti, trasporti, pari a circa 70 milioni di euro di indotto economico, con un numero di turisti che ha superato i 20 milioni di visitatori che, rapportati ai 130 del 2019, ci presenta oltre 120 milioni durante l'anno. Non manca una puntualizzazione sul Fashion Hub, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle filiere industriali, luogo di incontro e fucina di prodotti innovativi, questa stagione inaugurata a Palazzo Giustiniani è aperta al pubblico. "L'hanno visitato oltre 20 mila persone. Il triplo rispetto all'ultima stagione. Al grande apogeo del sistema moda ancora è la buona parte la Cina perché non tutti i voli sono stati ripristinati, ma dall'Oriente abbiamo avuto moltissimi visitatori. E tutti di grande qualità". Code ovunque, tantissima energia. A cominciare dagli 800 show room sparsi per la città tra negozi e studi, che rappresentano oltre tremila marchi. Tutti aperti e tutti pieni di compratori. "Una Milano che significa anche forte benessere per Micam Milano, Mipfel, TheOneMilano e Home Fashion weeks, le manifestazioni dedicate alla provincia di Milano, con oltre 1.800 aziende espositrici, circa 30 mila visitatori professionali, la crescita del 20 per cento rispetto alla precedente edizione. "Fiera Milano genera un indotto di oltre 8 miliardi di euro in base annua e rappresenta la casa delle fil